



Liikenne- ja  
viestintäministeriö

# Postipalvelu- tutkimus 2012

Liikenne- ja viestintäministeriön

visio

Hyvinvointia ja kilpailukykyä hyvillä yhteyksillä

toiminta-ajatus

Liikenne- ja viestintäministeriö edistää väestön hyvinvointia ja elinkeinoelämän kilpailukykyä. Huolehdimme toimivista, turvallisista ja edullisista yhteyksistä.

arvot

Rohkeus

Oikeudenmukaisuus

Yhteistyö



# Liikenne- ja viestintäministeriö

Julkaisun päivämäärä  
11.2.2013

Julkaisun nimi  
Postipalvelututkimus 2012

Tekijät  
TNS Gallup Oy  
Sakari Nurmela

Toimeksiantaja ja asettamispäivämäärä  
Liikenne- ja viestintäministeriö

Julkaisusarjan nimi ja numero

Liikenne- ja viestintäministeriön  
julkaisu 2/2013

ISSN (verkkojulkaisu) 1795-4045  
ISBN (verkkojulkaisu) 978-952-243-328-2  
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-328-2>  
HARE-numero

Asiasanat  
Posti, postipalvelut

Yhteyshenkilö  
Tomi Lindholm

Muut tiedot

## Tiivistelmä

Tutkimuksessa selvitettiin maamme postipalvelujen tasoa ja toimivuutta käyttäjien keskuudessa. Vastaajina olivat niin yksityishenkilöt kuin yritykset ja julkinen sektori. Tutkimus on seurantatutkimus, joka toistetaan kahden vuoden välein. Tutkimukseen otetaan vuosittain mukaan ajankohtaisia asioita käsitteleviä kysymyksiä. Edellinen tutkimus tehtiin vuonna 2010.

Postipalvelututkimus toteutettiin loka-marraskuussa 2012. Tutkimusta varten haastateltiin 1002 suomalaista yksityishenkilöä sekä 502 liikeyrityksen ja julkisen hallinnon toimipaikkojen postipalveluista päättävässä asemassa olevia henkilöä.

Vastaajat pitivät postitoimintaa, kirje- ja pakettiliikennettä sekä postinjakelua yleisesti ottaen hyvänä. Vuosittaisista vaihteluista huolimatta varsinkin yksityishenkilöiden arviot ovat joko pysyneet vakaina tai muuttuneet positiivisemmiksi.

Sähköinen viestintä on vaikuttanut sekä yritysten että yksityishenkilöiden kirjeliikenteeseen. Sähköisen viestinnän yleistyminen on selvästi vähentänyt vuodesta 2008 lähtien yritysten perinteistä kirjeliikennettä. Selvimmin muutos näkyy mm. pikakirjeiden ja postiennakkolähetysten käytössä. Aiempaa useampi yksityishenkilö kertoi, että voisi harkita vastaanottavansa nykyisin perinteisessä postiliikenteessä saapuvat kirjellähetykset sähköpostiin tai muulla sähköisellä tavalla.

Suomalaisten yritysten ja yksityishenkilöiden suosituimmaksi sähköiseksi palveluksi osoittautui lähetyksen seuranta verkkopalvelussa. Lisäksi verkkokauppaa käyttäneiden yksityishenkilöiden määrä on kasvanut ja verkkokaupan käyttö yrityksen tekemissä ostoissa on yleistynyt.

Publicationsdatum  
11.2.2013

Publikation  
Undersökning av posttjänster 2012

Författare  
TNS Gallup Oy  
Sakari Nurmela

Tillsatt av och datum  
Kommunikationsministeriet

Publikationsseriens namn och nummer  
  
Kommunikationsministeriets  
publikationer 2/2013

ISSN (webbpublikation) 1795-4045  
ISBN (webbpublikation) 978-952-243-328-2  
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-328-2>  
HARE-nummer

Ämnesord  
Posten, posttjänster

Kontaktperson  
Tomi Lindholm

Rapportens språk  
finska

Övriga uppgifter

#### Sammandrag

I studien utreddes användarnas syn på posttjänsternas kvalitet och funktion i Finland. Undersökningen riktades dels till privatpersoner, dels till företag och den offentliga sektorn. Det är fråga om en uppföljningsstudie som utförs vartannat år och uppdateras med frågor om aktuella ärenden. Den föregående undersökningen gjordes år 2010.

Undersökningen av posttjänster utfördes i oktober-november 2012. Totalt intervjuades 1 002 finländska privatpersoner samt 502 beslutsfattare med ansvar för posttjänster i företag och inom den offentliga förvaltningen.

På det hela taget fick postverksamheten, brev- och pakettrafiken samt postutdelningen ett gott betyg. En viss variation förekommer från studie till studie, men särskilt privatpersonernas omdömen har antingen förblivit oförändrade eller blivit positivare.

Den elektroniska kommunikationen har påverkat både företagens och privatpersonernas brevtrafik. I takt med att e-kommunikationen blivit vanligare har företagens traditionella brevtrafik minskat klart sedan år 2008. Tydligast syns minskningen bl.a. i antalet expressbrev och försändelser mot postförskott. Allt fler privatpersoner kan överväga att ta emot brev försändelser som i dag delas ut med den traditionella posten till sin e-post eller i något annat elektroniskt format.

Den populäraste e-tjänsten bland såväl finländska företag som enskilda konsumenter var uppföljningen av försändelser i Postens webbtjänst. Enligt undersökningen har antalet privatpersoner som använder e-handel ökat och samtidigt köper också allt fler företag produkter och tjänster över internet.

Date  
11.2.2013

Title of publication  
Survey of Postal Services 2012

Author(s)  
TNS Gallup Oy  
Sakari Nurmela

Commissioned by, date  
Ministry of Transport and Communications

Publication series and number

Publications of the Ministry of  
Transport and Communications  
2/2013

ISSN (online) 1795-4045  
ISBN (online) 978-952-243-328-2  
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-328-2>  
Reference number

Keywords  
Post, postal services

Contact person  
Mr Tomi Lindholm

Language of the report  
Finnish

Other information

#### Abstract

This survey examines the quality and functioning of postal services in Finland from the users' perspective. The respondents included private citizens, businesses and public sector personnel. The survey is a follow-up study which is conducted every two years, each time including questions that deal with current issues. The previous survey was performed in 2010.

The present survey was carried out in October/November 2012. A total of 1,002 Finnish citizens and 502 people in charge of the use of postal services in businesses and in public administration organisations were interviewed for the purposes of the study.

The results show that people consider postal services, letter and parcel services and the delivery of post to be generally good. Despite the annual changes, the opinions of private citizens, in particular, have either remained steady or become more positive.

Electronic communications channels have shaped the ways how businesses and private citizens use postal services. Since 2008, the increasing popularity of electronic communications has clearly reduced businesses' use of traditional postal services. This change is particularly evident in express letter and cash-on-delivery services. A larger number of private citizens said that they could consider receiving different types of letters to their email or by another electronic means.

According to the results of this survey, the most popular e-service among Finnish businesses and citizens is the tracking of items via an online service. The survey also shows that the number of private e-shop users has grown, and that e-commerce opportunities are also more widely being used in purchases made by businesses.

## ESI PUHE

Postiala on yksi viestintäpolitiikan haastavimmista aloista tällä hetkellä. Sähköistyvä viestinvälitys vaikuttaa merkittävästi postipalvelujen tarjonnan toimintaedellytyksiin muun muassa vähenevien volyymien ja kiristyvän kilpailun muodossa. Verkkokaupan ja yritysten pientavarakuljetusten liiketoiminnan osuus tulee kasvamaan suhteessa perinteisten kirjeiden välittämiseen. Toisaalta sähköistyminen tuo postialalle uusia palvelu- ja liiketoimintamahdollisuuksia.

Postipalvelujen tasoa ja toimivuutta käyttäjien keskuudessa on seurattu vuodesta 1996 lähtien joka toinen vuosi toteutettavalla kyselytutkimuksella. Valtaosa tutkimuksen kysymyksistä pysyy ennallaan vertailtavuuden säilyttämiseksi, mutta tutkimusta päivitetään tarpeen mukaan ajankohtaisilla kysymyksillä. Vuoden 2012 tutkimuksen toteutti TNS Gallup Oy yksikönjohtaja Sakari Nurmela johdolla.

Suomalaisten selkeä enemmistö pitää maamme postitoimintaa korkeatasoisena. Kaikkiaan 16 prosentin mielestä postitoiminta on erittäin hyvää ja kaksi kolmesta pitää sitä melko hyvänä. Kun nämä kaksi ajattelutapaa yhdistää, havaitaan, että neljä suomalaista viidestä antaa kansalliselle postitoiminnalle positiivista palautetta.

Helsingissä 11. päivänä helmikuuta 2013.



Tomi Lindholm  
Neuvotteleva virkamies

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Postitoimintaa koskevat arviot .....	1
3	Mielipiteet kirje- ja pakettiliikenteestä.....	4
4	Mielipiteet postinjakelusta .....	7
5	Mielipiteet postitoimipisteiden palvelusta .....	10
6	Postitoimintaa koskevia mielipiteitä .....	17
7	Postipalvelujen käyttäminen .....	23
8	Sähköinen asiointi ja viestintä.....	24
9	Postipalveluiden käyttäminen jatkossa .....	29

# 1 Johdanto

Tässä raportissa kerrotaan keskeiset tulokset tutkimuksesta, jossa mitattiin maamme postipalvelujen tasoa käyttäjien näkökulmasta. Lisäksi selvitettiin mm. palveluja hyödyntävien tarpeita ja käsityksiä myöhästymisen aiheuttamista haitoista.

Kiinnostuksen kohteena olivat sekä yksityishenkilöiden että yritysten edustajien mielipiteet.

Tutkimusta varten haastateltiin 1.002 suomalaista yksityishenkilöä. Aineisto muodostaa pienoiskuvan 15 vuotta täyttäneistä suomalaisista. Yrityshaastatteluja (haastatteluja tehtiin myös julkisen sektorin organisaatioissa, mutta yksinkertaisuuden vuoksi raportissa puhutaan yrityshaastatteluista) tehtiin yhteensä 502.

Joukkoon valikoituneita työntekijämäärältään suuria ja pieniä sekä eri toimialoilla vaikuttavia toimipaikkoja haastateltiin niin, että pienten yritysten osuus jätettiin niiden tilastollista osuutta pienemmäksi ja suurempien yritysten osuutta vastavasti hieman kasvatettiin (jotta tulosten vertailtavuus aikaisempiin tutkimuksiin säilyisi).

Yrityksissä haastateltiin henkilöitä, jotka ovat omassa organisaatiossaan vastassa postipalveluiden käyttöä koskevista suunnitelmista ja päätöksistä.

Tutkimuksen keskeisen annin muodostavat arvosanat postitoiminnalle. Arvioinnin kohteena ovat sekä postitoimintaan yleisemmin liittyvät asiat että yksityiskohtaisemmat, mm. postinjakelua, kirje- ja pakettiliikennettä sekä postitoimipisteissä saatavaa palvelua koskevat tekijät.

Lisäksi kysyttiin mielipiteitä eräistä postitoiminnan erilliskysymyksistä, mm. perusteista käyttää Itellan sijaan jonkin toisen postioperaattorin palveluita, sekä kartoitettiin Itella Oyj:n tarjoamien sähköisten postipalveluiden käyttämistä.

Raportissa verrataan tuoreita arvosanoja aikaisemmissa tutkimuksissa saavutettuihin tuloksiin. Lisäksi kiinnitetään huomiota yksityishenkilöiden ja yritysten edustajien mahdollisiin mielipide-eroihin.

Tutkimuksen raportointi on jaettu kahteen osaan. Tämä on tutkimuksen peruserä, jossa verbalisoidaan ja visualisoidaan tutkimuksen keskeisiä tuloksia. Graafisten kuvien osuus on suuri, koska tutkittavat asiat ovat varsin konkreettisia ja kuvat pitkästi itseselitteisiä.

Peruseräraportin lisäksi tutkimuksen toimeksiantajalle, liikenne- ja viestintäministeriölle, on toimitettu erillinen tilastoraportti, jossa tutkimustulokset esitetään yksityiskohtaisessa taulukkomuodossa.

Haastattelut tehtiin puhelimitse TNS Gallup Oy:n Tampereella sijaitsevasta puhelinhaastattelukeskuksesta marras-joulukuussa 2012.

## 2 Postitoimintaa koskevat arviot

Yleisarviot postitoiminnasta korkeaa tasoa

Suomalaisten selkeä enemmistö pitää maamme postitoimintaa korkeatasoisena. Kaikkiaan 16 prosentin mielestä se on erittäin hyvää, kun kaksi kolmesta pitää

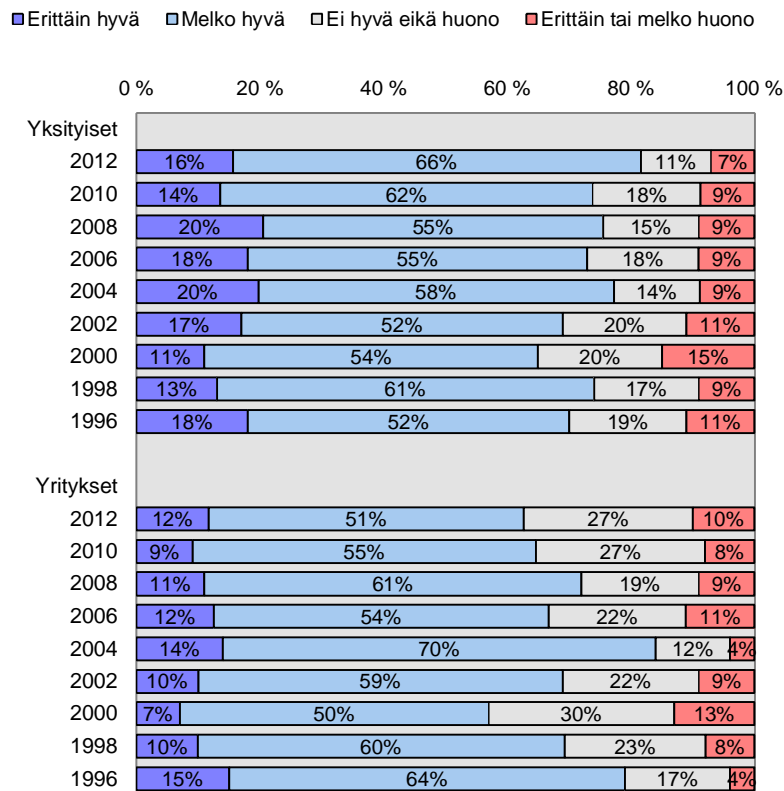


sitä melko hyvänä. Kun nämä kaksi ajattelutapaa yhdistää, havaitsee, että neljä suomalaista viidestä antaa maamme postitoiminnalle positiivista palautetta.

Joka kymmenennen (11 %) näkemys asiasta on neutraali: kantaa ei otettu sen enempää puolesta kuin vastaan. Tällä tavoin suhtautuvia oli sen verran, että suoranaiseen kritiikkiin aihetta näkeviä riitti vain seitsemän prosentin verran.

Myös yritysten edustajien enemmistön palaute oli vähintään melko myönteistä. Yhteensä 63 prosentin postitoimintaa koskeva yleisarvio oli vähintään melko hyvä. Runsas neljännes (27 %) ei pitänyt sitä sen enempää hyvänä kuin huononakaan. Joka kymmenes (10 %) on tyytymätön tämänhetkiseen tilanteeseen.

#### YLEISARVIO POSTITOIMINNASTA (%)



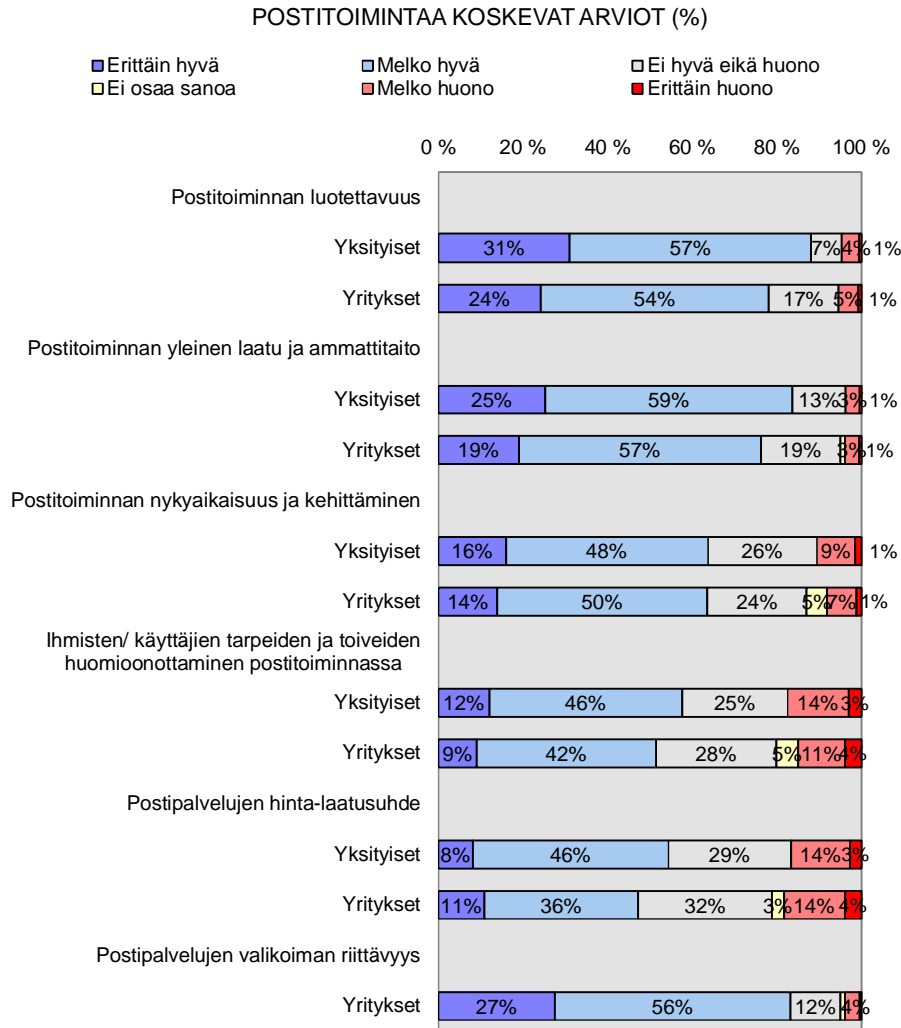
Suomalaisten yleiset postitoimintaa koskevat käsitykset ovat olleet erittäin myönteiset koko sen ajan, kun asiaa on tutkittu (vuodesta 1996 lähtien). Ajoittaisista lievistä vaihteluista huolimatta varsinkin yksityishenkilöiden arvioiden voi sanoa pysyneen vakaina ja muuttuneen tendenssimäisesti positiivisemmiksi.

Yritysten edustajien käsityksissä havaitsee enemmän vaihtelua, eivätkä heidän näkemyksensä näytä kokonaisuudessaan juuri muuttuneenkaan. Silti voi todeta, että suoraa kritiikkiä antavat ovat kuitenkin koko ajan muodostaneet selvän vähemmistön (keskimäärin noin kymmenesosan suuruisen joukon).

Toiminnan luotettavuus arvostetaan korkealle, samoin laatu ja ammattitaito

Mielipiteiden yleissävy pysyi erittäin myönteisenä myös silloin, kun arvioitiin postitoiminnan luotettavuutta tai sen yleistä laatua ja ammattitaitoa. Valtaenemmistö sekä yksityishenkilöistä että yritystenkin edustajista piti niitä korkealaatuisina.

Ei ole väärin väittää, että nämä kaksi seikkaa muodostavat maamme postitoiminnan tietynlaisen selkärangan, jota palveluvalikoiman riittävyys täydentää (toisin tässä yhteydessä voidaan vedota vain yritysten edustajien näkemyksiin).



Postitoiminnan nykyaikaisuus ja kehittäminen eivät nouse aivan yhtä tunnustetuksi tekijäksi, vaikka enemmistön mielestä asiat ovat siinäkin mielessä ainakin melko hyvällä tolalla.

Myös käsitykset siitä, kuinka käyttäjien tarpeiden ja toiveiden arvellaan toteutuvan tämän päivän postitoiminnassa, olivat positiiviset, vaikkakaan eivät aivan yhtä hyvät kuin eniten tunnustusta keräävien tekijöiden.

Enemmistö (58 %) arvioi, että käyttäjien tarpeet tulevat huomioonotetuiksi. Kun joka neljäs ajatteli asiasta neutraalisti, ei negatiivisesti suhtautuva joukko noussut nytkään kovin suureksi.

Ainoastaan postipalvelujen hinta-laatusuhde herätti jonkin verran kritiikkiä. Vajaa viidennes (sekä yksityishenkilöistä että yritysten edustajista) ei ollut siihen tyytyväinen. Asiaan positiivisesti suhtautuvien osuus ylitti silti tässäkin asiassa selvästi tyytymättömien osuuden. Yksityishenkilöistä jopa niukka enemmistö (54 %) oli vähintään melko tyytyväinen.

Myös postitoimintaa koskevat erityisarviot ovat vaihdelleet jonkin verran kulu-  
neen kymmenen vuoden aikana (graafiset esitykset raportin liitteenä). Varsinkin  
mielipiteet käyttäjien tarpeiden huomioonottamisesta ovat muuttuneet, yleensä  
samassa tahdissa kuin postitoiminnan yleisarvosana. Kun edellä mainittu on ko-  
hentunut, myös jälkimmäinen on liikkunut positiiviseen suuntaan, ja päinvastoin.

Ilmiö pätee yhtä lailla yksityishenkilöiden kuin yritystenkin edustajien vastauksiin.  
Jälkimmäisistä voi lisäksi todeta, että heidän kulloisetkin käsityksensä postitoi-  
minnan nykyaikaisuudesta ja kehittämisestä näyttävät seurailleen varsin hyvin  
postitoimintaa koskevan yleisarvion liikkeitä.

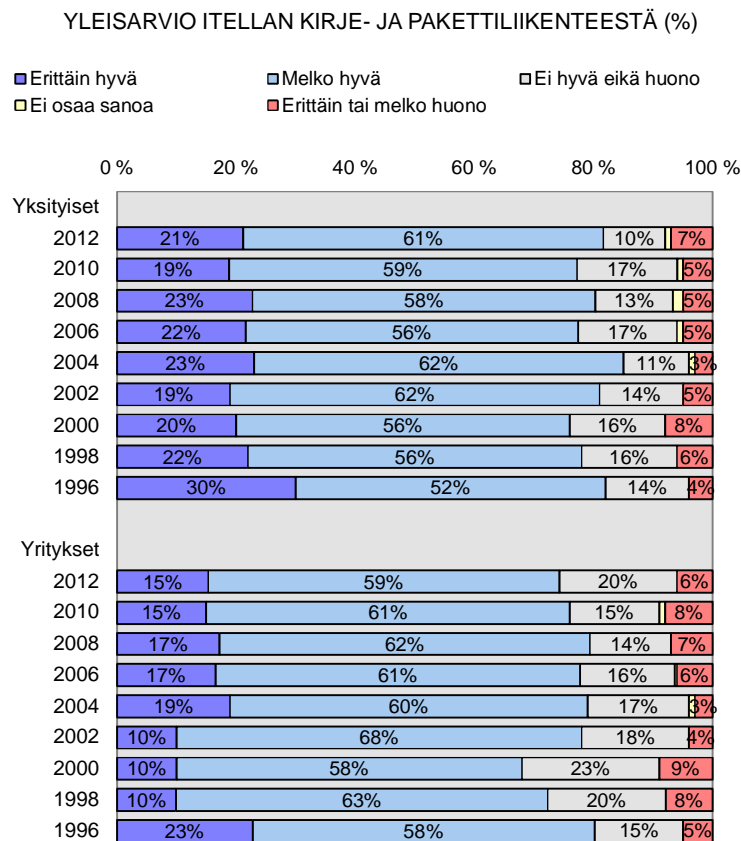
Pitemmässä, runsaan viidentoista vuoden perspektiivissä, mielipiteet kaikista asi-  
oista ovat kuitenkin pysytelleet samalla, korkealla tasollaan, olipa kyse yksityis-  
henkilöistä tai yritysmaailman edustajista.

Käsitykset palveluiden hinta-laatu -suhteesta kuitenkin muodostavat poikkeuksen  
tälle säännölle. Molemmissa ryhmissä palveluja hyvänä pitävien osuudet laskivat  
ensin tasaisesti kerta toisensa jälkeen, mutta ovat nyt jälleen alkaneet muuttua  
positiivisemmiksi.

### 3 Mielipiteet kirje- ja pakettiliikenteestä

Neljä viidestä antaa tunnustusta kirje- ja pakettiliikenteen hoitamiselle

Kirje- ja pakettiliikennettäkin koskevat arviot ovat korkeaa tasoa. Yksityshenki-  
löistä 21 prosenttia pitää tilannetta erittäin ja 61 prosenttia melko hyvänä. Kun  
laskee yhteen jommankumman vaihtoehdon valinneet, päästään jälleen korkeaan  
lukuun (82 %).



Yrityksissä ja yhteisöissä ajatellaan kirje- ja pakettiliikenteen järjestelyistä aivan yhtä myönteisesti. Yhteensä 15 prosentin mielestä asiat ovat erittäin hyvin hoidettuja ja 59 prosenttia arvioi tilanteen melko hyväksi.

Kovinkaan monella ei ole valittamista tilanteesta. Kriittisesti suhtautuvien osuudet jäivät kummassakin ryhmässä 6-7 prosentin tasolle.

Joka kymmenes yksityishenkilö ja joka viides yritysten vastaaja ei uskonut kirje- ja postiliikenteen toimivuuden olevan yleensä ottaen sen enempää hyvää kuin huonoakaan.

Nyt saavutettu yksityishenkilöiden tulos on hieman parempi kuin kaksi vuotta sitten. Tosin usko siihen, että suomalaisten kirjeet ja paketit toimitetaan laadukkaasti perille, on ollut vankkaa koko tutkimusajan.

Joka kerta selkeä enemmistö on antanut toiminnalle tunnustusta, eivätkä tulokset ole vaihdelleet kovin paljon.

Saman voi sanoa yritysten edustajien käsityksistä. Heidän antamansa palaute on nyt melko samanlaista kuin kaksi vuotta sitten.

Toimintaa pidetään luotettavana ja nopeana, hintataso ei tyydytä kaikkia

Myös yksityishenkilöiden ja yritysten edustajien yksityiskohtaisemmat kirje- ja pakettiliikennettä koskevat näkemykset ovat melko yhdenmukaiset.

Molempien ryhmien enemmistöt pitävät sekä kirjelaatikoiden tyhjennysaikoja että niiden sijaintia omalta kannaltaan hyvinä. Kirjeet ja paketit löytävät tiensä perille tehokkaasti ja varmasti.

Useampi kuin neljä viidestä suomalaisesta uskoo, että lähetykset saapuvat perille oikeaan osoitteeseen ja vahingoittumattomana.

Kolme neljästä on sitä mieltä, että aikataulut pitävät vähintään melko hyvin. Pakettilähetysten kulkunopeutta ei pidetä aivan yhtä hyvänä kuin kirjeiden, mutta 74 prosenttia yksityishenkilöistä ja 72 prosenttia yritysten vastaajista ajatteli asiasta vastuullisten selviävän tehtävästä ainakin melko hyvin.

Hinnoittelun selkeys tyydyttää useampaa kuin joka toista ja hintatason sopivuus 51 prosenttia. Vaikka erityisesti ensin mainitun perusteella voi ajatella erittäin monen olevan tyytyväinen nykyiseen tilanteeseen, on selvä, että kirje- ja postiliikenteen muut ulottuvuudet herättävät selvästi useammissa aiheita kiitokseen.

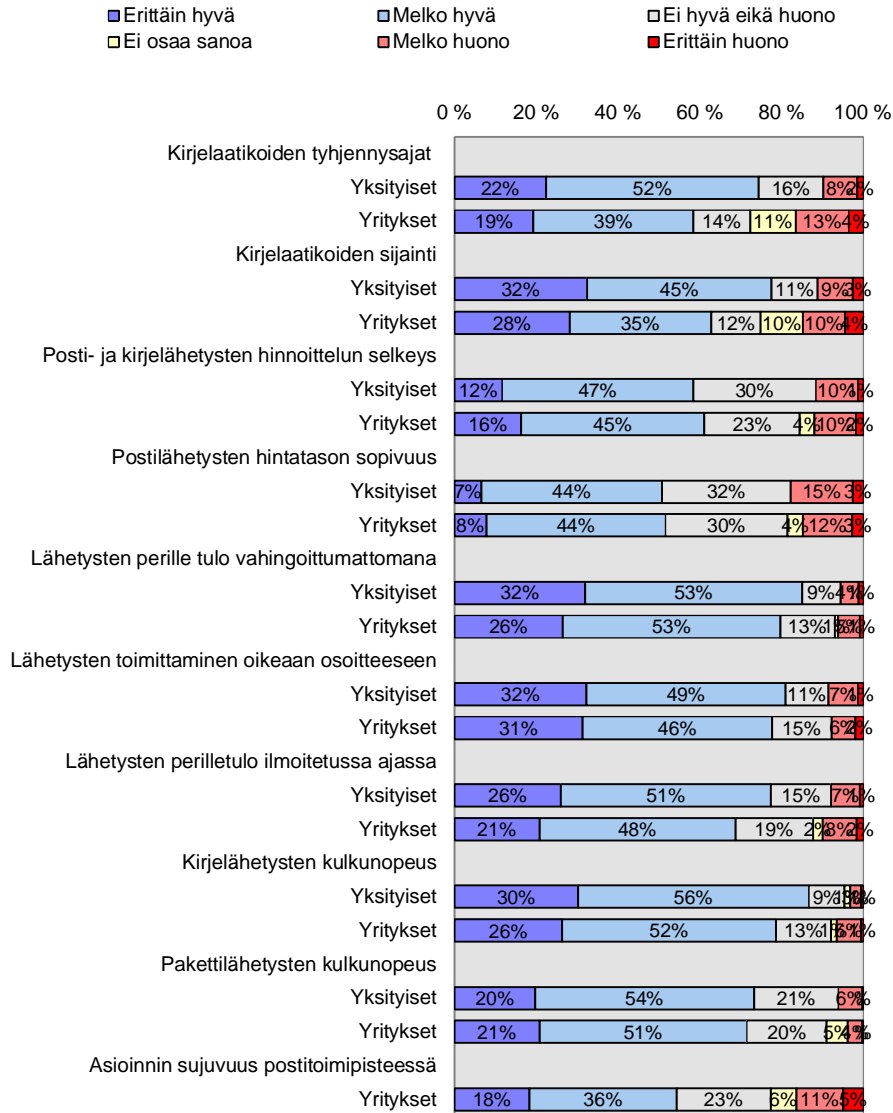
Enemmistö yritysten edustajista (asiaa kysyttiin vain heiltä) kertoi, että heidän organisaationsa saa hoidettua lähetyksiä koskevat asiansa postitoimipisteissä vähintään hyvin (joskin tässä palaute ei ollut aivan yhtä hyvää kuin aiemmin).

Sen enempää yksityishenkilöiden kuin yritystenkään edustajien kirje- ja pakettiliikennettä koskevat mielipiteet eivät ole vaihdelleet kovin paljon tutkimusajanjakson kuluessa (graafiset esitykset aiheittain raportin liitteenä).

Ensin mainittujen kirjelaatikoita koskevat käsitykset muodostavat tässä suhteessa säännön vahvistavan lievän poikkeuksen.

Pitkän aikavälin tarkastelussa kuitenkin havaitsee, että niiden tyhjennysaikoihin on ruvettu suhtautumaan (tutkimusajankohtien välisestä vaihtelusta huolimatta) pikku hiljaa vielä positiivisemmin kuin 1990 -luvun puolivälissä. Vastaavasti voi todeta, että laatikoiden sijaintiin ollaan oltu suurin piirtein yhtä tyytyväisiä koko ajan.

#### KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (%)



Hinnoittelun selkeys ja sopivuus ovat myös esimerkkejä niistä kirje- ja pakettiliikenteeseen liittyvistä asioista, joihin suhtautuminen on vaihdellut ajan kuluessa. Tuoreessa tutkimuksessa molemmat vastaajaryhmät antoivat kummallekin parempaa palautetta kuin kaksi vuotta aiemmin.

Erikseen kysyttiin ensimmäisen luokan kirjeen kulusta. Haastateltavia pyydettiin ensinnäkin kertomaan, milloin he edellyttävät kyseisen tyyppisen lähetyksen olevan perillä, mikäli he lähettäisivät sen maanantaina.

Ymmärrettävästi enemmistö olettaa, että heidän lähettämänsä kirje saapuu perille luvatusi eli yhdessä päivässä. Yksityishenkilöistä niin ajattelee 72 prosenttia, yritysten edustajista yhdeksän kymmenestä.

Taulukko 1. Ensimmäisen luokan kirjettä koskevia käsityksiä (%).

	Yksityiset					Yritykset				
	2004	2006	2008	2010	2012	2004	2006	2008	2010	2012
<i>Maanantaina lähteneen kirjeen tulee olla perillä seuraavana...</i>										
Tiistaina .....	72	72	69	64	73	90	87	94	86	87
Keskiviikkona .....	23	25	28	61	26	9	12	5	14	13
Myöhemmin .....	1	1	1	3	1	--	--	--	--	--
<i>Tärkein valintakriteeri kirjeen lähetystavan valinnassa...</i>										
	Yksityiset		Yritykset							
	2010	2012	2010	2012						
Kirjeen kulkunopeus (nopeasti perillä) .....	39	47	57	70						
Kirjeen hinta .....	14	15	30	12						
Kirjeen perillemenon varmistaminen .....	39	30	10	15						
Muu .....	3	2	2	2						
<i>Olisiko valmis tinkimään nopeasta perillemenosta, jos hinta olisi halvempi</i>										
	Yksityiset		Yritykset							
	2010	2012	2010	2012						
Kyllä olisi .....	55	46	41	33						
Ei olisi .....	45	49	59	61						

Kulkunopeus osoittautui myös tärkeimmäksi (ja entistäkin tärkeämmäksi) kriteeriksi kirjeen lähetystavan valinnassa. Nyt melkein joka toinen (47 %) yksityishenkilö korosti kyseisen seikan merkitystä. Asia oli merkittävin kriteeri vielä useammalle (70 %) yritysten puolesta vastanneelle. Perillemenon varmistaminen osoittautui toiseksi tärkeimmäksi seikaksi.

Erikseen tutkimukseen osallistuneilta kysyttiin, olisivatko he valmiita tinkimään kirjeen nopeasta perillemenosta, jos hinta olisi halvempi. Yksityishenkilöiden näkemykset jakautuivat melko lailla tasan kyllä- ja ei- vaihtoehtojen kesken, kuitenkin niin, että jälkimmäisen valinneita oli hieman enemmän. Vain joka kolmas yritysten vastaaja sanoi, että organisaatiossa oltaisiin valmiita tinkimään kirjeen kulkunopeudesta rahan säästämisen vuoksi.

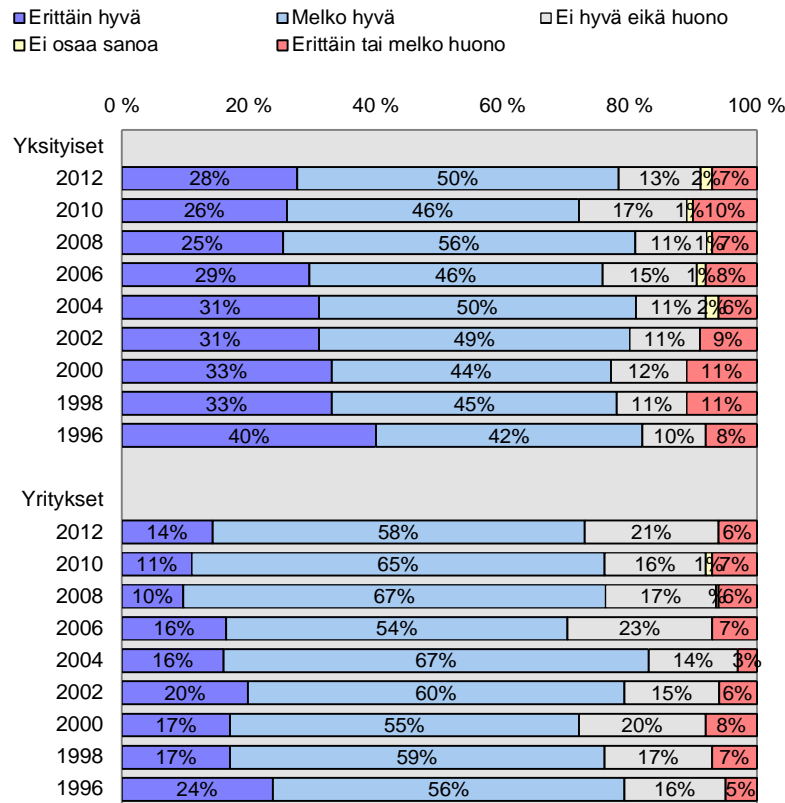
#### 4 Mielipiteet postinjakelusta

Tyytyväisyys pysynyt korkealla tasolla, erittäin tyytyväisten määrän lasku taittunut

Myös postinjakelua koskeva palaute on varsin myönteistä. Useampi kuin joka neljäs yksityishenkilö antoi sille erittäin hyvän yleisarvosanan, joka toinen melko hyvän. Kun nämä laskee yhteen, voi sanoa, että melkein neljän viidesosan käsitys postinjakelusta on positiivinen.

Kun vielä 13 prosenttia kertoi kantansa olevan neutraali ja kahden prosentin oltua kokonaan vailla mielipidettä, suoranaista kritiikkiä tuli vain seitsemältä prosentilta.

## YLEISARVIO POSTINJAKELUSTA (%)



Myös yritysten edustajien käsitykset olivat myönteiset. Postinjakelua erittäin hyvänä pitäviä löytyi hieman vähemmän kuin yksityishenkilöiden joukosta, mutta jakelulle melko hyvän yleisarvosanan antaneita puolestaan hieman enemmän.

Kummassakin vastaajajoukossa vaihtoehdon erittäin hyvä valinneiden osuus on ollut laskeva lähes koko tutkimusajanjakson. Nyt tulokset olivat tässä mielessä aiempaa positiivisemmat.

Taulukko 2. Tyytyväisyys postinjakeluun (yksityiset) (%).

	Jaetaan							
	laatikkoon				luukkuun			
	2006	2008	2010	2012	2006	2008	2010	2012
Erittäin hyvä.....	27	24	24	25	36	29	31	32
Melko hyvä.....	46	54	45	49	47	60	48	53
Ei hyvä/huono.....	16	12	18	15	12	9	15	9
Melko huono.....	7	6	7	7	4	2	4	4
Erittäin huono.....	3	2	4	1	2	*	1	1
Ei osaa sanoa.....	1	1	1	2	--	*	1	1

Se, jaetaanko posti laatikkoon (näin 64 %:lla) vai luukkuun (36 %) jakaa tyytyväisyyttä hieman, vaikka mistään suurista eroista ei olekaan kyse.

Postinsa luukkuun saavista vain seitsemän prosenttiyksikköä useampi kuin laatikkokannon piirissä olevista pitää postinjakelua erittäin hyvänä. Kun ottaa huo-

mioon myös vaihtoehdon melko hyvä valinneet, luukkukannon piirissä olevista löytää 11 prosenttiyksikköä enemmän tyytyväisiä.

Postinjakajien ammattitaitoa pidetään korkeana, postilaatikon sijainti tyydyttää yhä useampaa

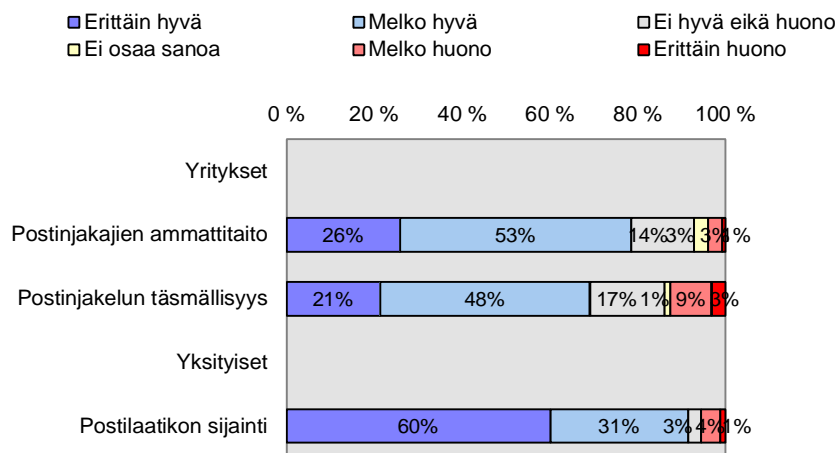
Vastaajien enemmistö antoi myönteistä palautetta myös postinjakelua koskeviin erityisarvioihin.

Yritysten edustajilta kysyttiin mielipidettä jakajien ammattitaidosta ja postinjake-  
lun täsmällisyydestä, yksityishenkilöitä postilaatikon sijainnista.

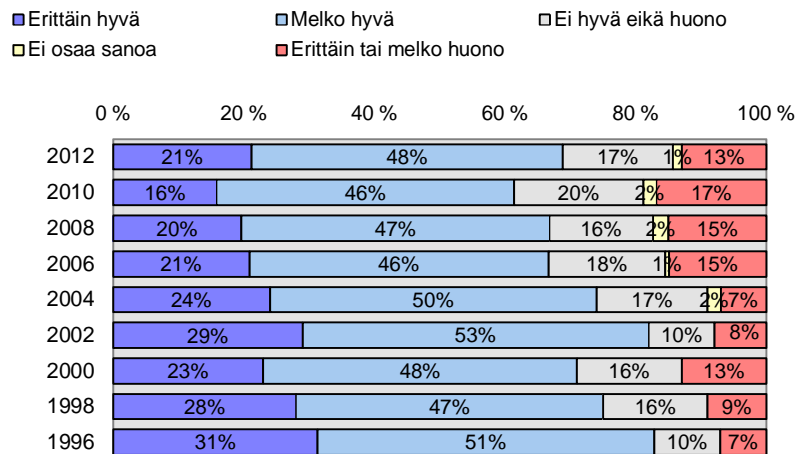
Joka neljäs yritysten edustaja pitää postinjakajia ammattitaitoisina. Kun tähän li-  
sää sen 53 prosentin joukon, jonka mielestä ammattitaito on melko hyvää, puhu-  
taan käytännössä neljästä viidesosasta (79 %). Myös postinjakelun täsmällisyyttä  
pidettiin kohtuullisena. Runsas viidesosa (21 %) pitää sitä erittäin ja 48 prosent-  
tia melko hyvänä.

Selkeä enemmistö laatikkojakelun piiriin kuuluvista yksityishenkilöistä on tyyty-  
väinen postilaatikkonsa sijaintiin. Kaikkiaan 60 prosentin mielestä se on erittäin  
hyvä, kun 31 prosenttia pitää sitä melko hyvänä.

POSTINJAKELUA KOSKEVAT ARVIOT (%)

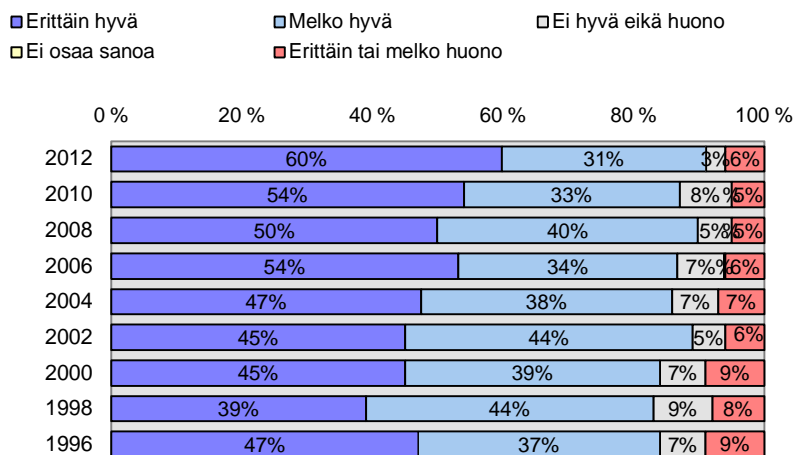


POSTINJAKELUA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
postinjakelun täsmällisyys (%)





POSTINJAKELUA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
postilaatikon sijainti (%)



Yrityksissä on aina (koko tutkimusjakson ajan) pidetty postinjakajien ammattitaitoa arvossaan. Myös tuoreet tulokset kertovat samaa. Vuonna 2002 alkanut vähenevä tyytyväisyys kääntyi nyt ensimmäistä kertaa lievään kasvuun (graafinen esitys liitteenä).

Myös postinjakelun täsmällisyyttä koskevista arvioista koettiin käänne. Tyytyväisten osuus oli laskenut tutkimus toisensa jälkeen vuodesta 2002 lähtien, mutta nyt sekä erittäin että melko tyytyväisiä löytyi hieman enemmän kuin edellisessä mittauksessa.

Laatikkokannan piirissä olevien kansalaisten tyytyväisyys postilaatikkonsa sijaintiin on pikku hiljaa muuttunut yhä suuremmaksi. Vuonna 1998 kaksi viidestä (39 %) oli erittäin tyytyväinen laatikkonsa sijaintiin, tänä vuonna ennätysmäisen moini (60 %).

## 5 Mielipiteet postitoimipisteiden palvelusta

Palvelu tyydyttää selvää enemmistöä, etenkin Itellan toimipisteissä asioivat tyytyväisiä

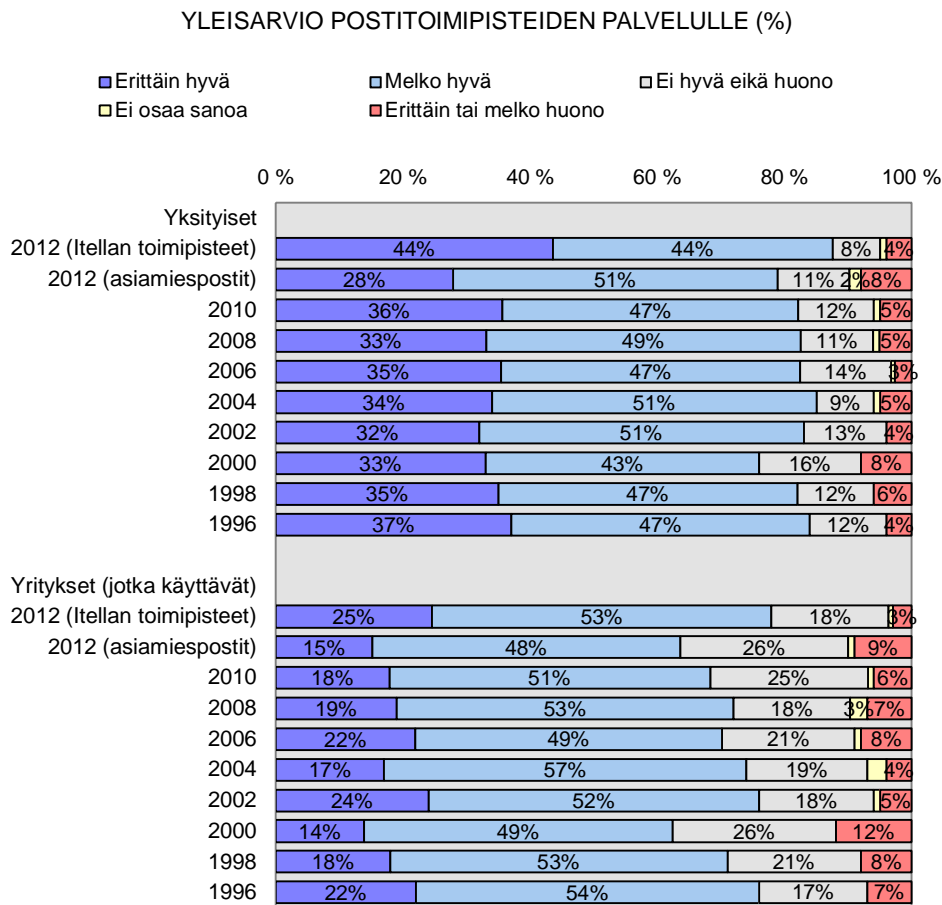
Postitoimipisteiden palvelua yleensä mitannutta kysymystä muutettiin yksityishenkilöiden osalta. Nyt tiedusteltiin erikseen käsityksiä Itellan toimipisteistä sekä asiamiesposteista.

Kun aiemmin kysymyksen kohteena oli postitoimipisteiden palvelu yleensä, tulee tuoreita tuloksia verrata erityisen maltillisesti vanhempiin. Lisäksi kannattaa pitää mielessä, että tuoreissa tuloksissa Itellan pisteitä koskevat arviot tuleva niitä pääasiallisesti käyttäviltä ja asiamiespostien tulokset puolestaan sellaisilta, joiden asiointi keskittyy pääosin niihin.

Ajattelipa asiaa yksityishenkilöiden tai yritysten näkökulmasta, Itellan toimipisteiden palvelun saama palaute oli luokkaa parempaa kuin asiamiespostien asiakkaiden antama.

Jos ne laskee pyöristäen yhteen, pääsee koko lailla aikaisempien tutkimusten tulosten tasolle. Siksi voi varovasti vetää johtopäätöksen, että näkemykset posti-

palvelun tasosta erilaisissa toimipisteissä on edelleen samalla, varsin korkealla tasolla kuin aikaisemminkin.



Noin neljä viidestä kansalaisesta on toimipisteiden palveluun vähintään melko tyytyväinen. Osapuilleen kolmessa yrityksessä neljästä ollaan asiasta samaa mieltä.

Asiakaspalveluhenkilöstön ammattitaito parempaa Itellan omissa toimipisteissä, asiamiespostienkin asiakkaat tyytyväisiä

Myös postitoimipisteiden palvelua koskevat erityisarviot noudattivat samaa, korkeata tasoa. Yksityishenkilöt antoivat hieman parempaa palautetta kuin yritysten edustajat.

Esimerkki tästä on yksityishenkilöiden parissa oleva käsitys postitoimipisteiden asiakaspalveluhenkilöstön ammattitaidosta: 86 prosenttia piti sitä hyvänä, yritysten edustajista jonkin verran harvempi (74 %).

Näkemyksissä havaitsi eron silloinkin, kun arvioinnin kohteena olivat asiainnin nopeus ja sujuvuus (73 % - 60 %) tai kun otettiin kantaa asiakkaan neuvontaan ja opasteiden tasoon (76 % - 67 %).

Yksityishenkilöiden tyytyväisyys postitoimipisteiden sijaintiin oli selvästi suurempi kuin yritysten edustajien (78 % - 63 %), vaikka näidenkin enemmistö arvioi tilannetta myönteisesti.

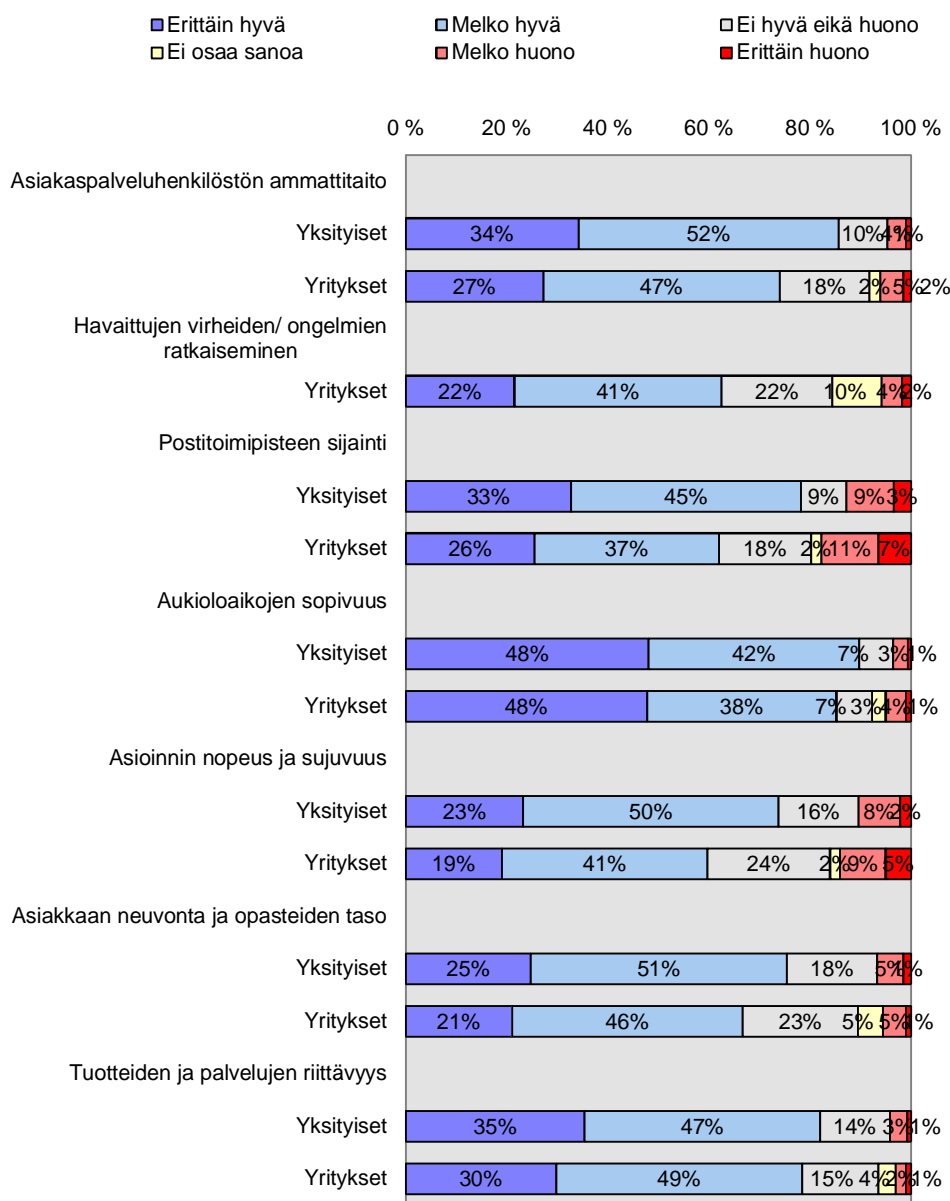
Kansalaispalaute postitoimipisteiden tuotteiden ja palveluiden riittävydestäkin oli positiivisempaa kuin yritysten. Tässä vastaajaryhmien välinen ero kuitenkin oli pienimmillään (82 % - 79 %).

Huolimatta siitä, että yritykset jakoivat postitoimipisteille kiitosta hieman säästeliäämmin kuin yksityiset kansalaiset, yritysmaailman postiasioista vastaavien näkemykset palvelusta olivat varsin myönteiset.

Joka asiassa enemmistö näki syytä tyytyväisyyteen ja vain murto osa joukosta jakoi kritiikkiä. Näin oli silloinkin, kun arvioitiin havaittujen virheiden ja ongelmien ratkaisemista (kysyttiin tällä kertaa vain yrityksiltä).

Yli 60 prosenttia yritysvastaajista piti tässäkin suhteessa aiheelliseksi antaa vähintään melko hyvää tunnustusta postitoiminnan asiakaspalvelijoille.

#### POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (%)



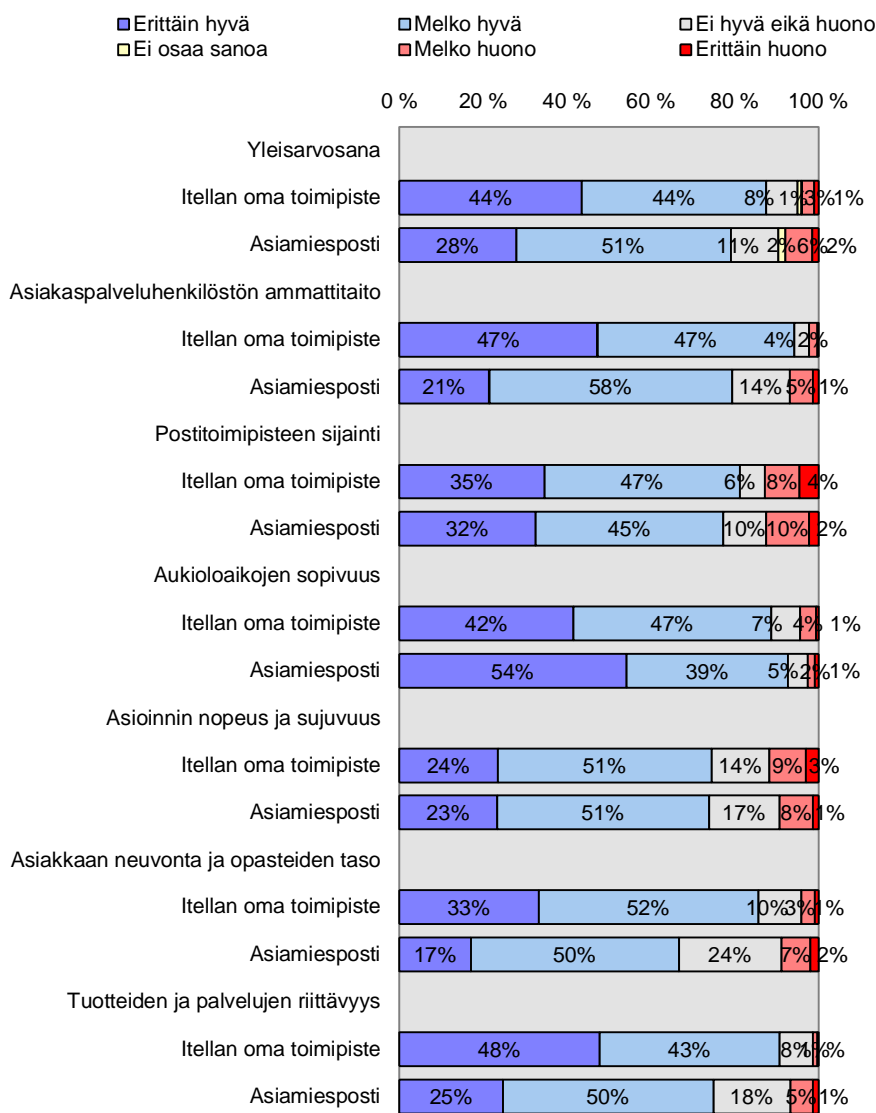
Edellisellä ja tällä sivulla olevissa kuvioissa tyytyväisyyttä on tarkasteltu vastajaryhmittäin pääasiallisen asiointipaikan mukaan.

Yksityishenkilöt ja yritysten edustajat arvioivat käyttämäänsä postitoimipistettä varsin samantyyllisesti; se, onko kyseessä postin oma toimipiste vai asiamiesposti, näyttää vaikuttavan arvioihin enemmän kuin se esittääkö niitä yksityishenkilö vai asiaa yritysnäkökulmasta tarkasteleva.

Asiamiesposti voittaa positiivisten arvioiden määrässä postin oman toimipisteen ainoastaan aukioloaikojensa sopivuudessa.

Asiamiespostien yritysasiakkaista 58 prosenttia piti aukioloaikoja erittäin hyvinä, yksityisasiakkaista 54 prosenttia ajatteli vastaavasti. Itellan omien toimipisteiden yritysasiakkaista 41 prosenttia oli sitä mieltä, että aukioloaikojen sopivuus on erittäin hyvä. Näiden pisteiden yksityisasiakkaista 42 prosenttia oli samaa mieltä.

POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset) (%)

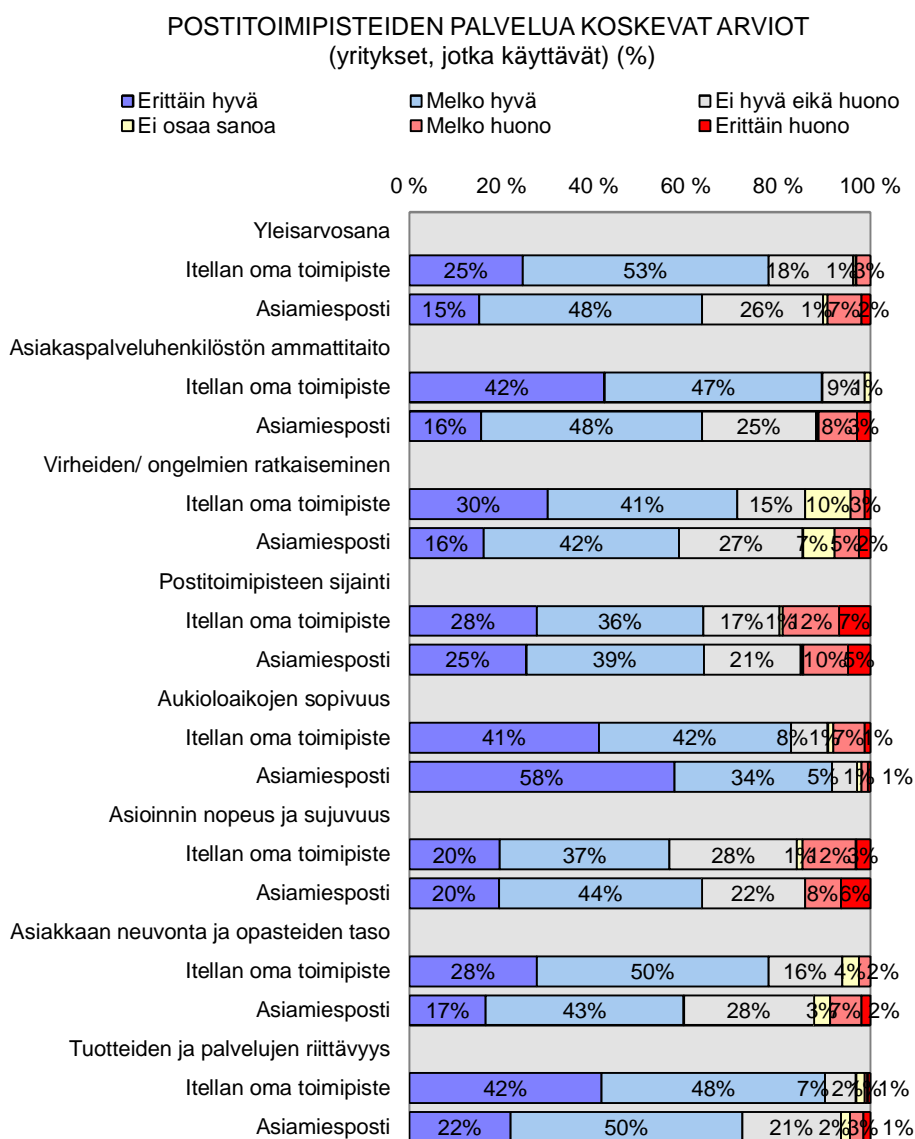


Postitoimipisteen sijaintia koskevissa arvioissa puntit ovat tasan. Se onko kyse Itellan omasta toimipisteestä vai asiamiespostista ei vaikuttanut näkemyksiin.

Muuten Itellan omien toimipisteiden asiakkaat antoivat positiivisempaa palautetta kuin asiamiesposteissa postiasiansa hoitavat.

Yritysvastaajien mielissä Itellan oma toimipiste on asiamiespostiin verrattuna erityisen vahva asiakaspalveluhenkilönsä ammattitaidon puolesta. Myös Itellan toimipisteiden asiakasneuvontaa ja opasteiden tasoa pidettiin selvästi parempina.

Lisäksi havaittujen virheiden tai ongelmien ratkaiseminen, asiointin nopeus ja sujuvuus sekä tuotteiden ja palveluiden riittävyys ovat postin omien toimipisteiden asiakkaiden mielestä parempia kuin mitä asiamiespostien asiakkaat kokevat saavansa omassa "konttorissaan".



Yksityishenkilöiden arviot noudattelevat samoja suuntaviivoja. Esim. Itellan oman toimipisteen henkilökunnan ammattitaitoa tai toimipisteen neuvontaa ja opasteiden tasoa erittäin hyvänä pitävien osuus on melkein kaksinkertainen verrattuna asiamiespostiin.

Huolimatta näistä eroista, yleensä ottaen on oikeutettua sanoa, että molempien asiakkaat ovat pääosin tyytyväisiä. Enemmistö asiamiespostienkin asiakkaista antoi vähintään melko hyvän arvosanan kaikista palvelun osa-alueista.

Niinpä ei yllätä, että asiamiespostien asiakkailtaan saama yleisarvosanakin on hyvä. Joukon kriittisimpienkin eli näiden palvelupisteiden yritysasiakkaiden enemmistö pitää saamaansa palvelua melko hyvänä.

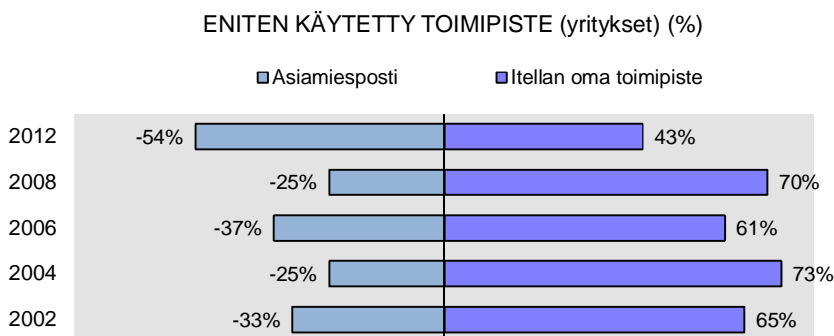
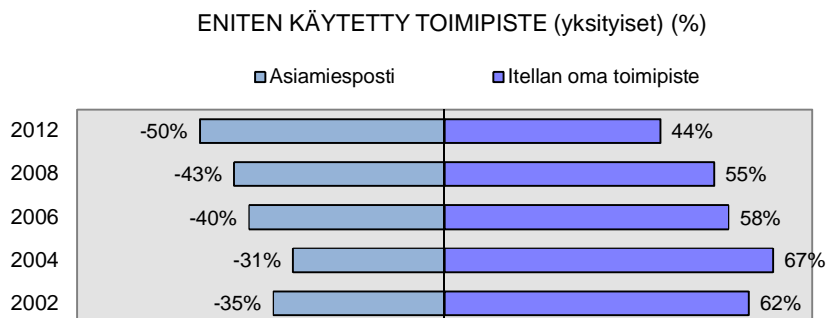
Asiamiespostien yksityisasiakkaista 79 prosenttia lukeutuu vähintään melko tyytyväisten joukkoon. Silti Itellan omissa toimipisteistä asioivista yksityishenkilöistä 88 ajattelee saamastaan palvelusta vastaavasti. Niitä käyttävistä yritysasiakkaita 78 on tyytyväinen saamaansa palveluun. Asiamiespostien osalta vastaava luku oli 63.

Postitoimipisteiden palveluakin käsitteleville arvioille on ollut tyypillistä vain vähäinen muutos (graafiset esitykset liitteenä).

Yksityishenkilöiden antamat arviot eivät käytännössä eroa kahden vuoden takaisista. Yritysten edustajien mielipiteistä voi todeta, että aiemmin kasvussa ollut kriittisyys postitoimipisteiden sijaintia kohtaan on nyt taittunut. Vastaavasti asiointin sujuvuutta ja nopeutta hyvänä pitävien yritys vastaajien määrä on vähentynyt vuosi toisensa perään, eikä tuore tutkimus muuttanut tätä kehityskulkua.

### Asiamiespostien käyttö yleistynyt

Yhä suurempi osa asiointista tapahtuu asiamiesposteissa. Kun kymmenen vuotta sitten yli 60 prosenttia yksityishenkilöistä kertoi suorittavansa asiointinsa pääosin silloisissa postikonttoreissa, nyt vain 44 prosenttia toimii vastaavasti. Samaan aikaan asiamiesposteissa käyvien osuus on noussut noin kolmanneksesta puoleen koko vastaajajoukosta.



Postitoimipisteiden palveluita käyttävien yritysten osalta havaitsee samanlaisen kehityskulun.

Kun kymmenkunta vuotta sitten osapuilleen 70 prosenttia lukeutui postikontto-reiden asiakkaisiin, nyt kyseisen joukon osuus on 43 prosenttia. Myös yrityksistä nyt joka toinen asioi entisen (2002) kolmasosan sijasta asiamiesposteissa.

Yksityishenkilöille esitettiin lisäksi muutamia asiointiin liittyviä kysymyksiä. Kymmenesosa kertoi asioivansa paikan päällä postiasioissa vähintään viikoittain. Puolet koko joukosta käy postitoimipisteessä vähintään kerran kuukaudessa.

Taulukko 3. Postitoimipisteessä asiointiin liittyviä asioita (yksityiset) (%).

	Asiamies- posti	Itellan oma toimipiste	Yhteensä
<i>Asiointiuseus...</i>			
Viikoittain.....	11	10	10
1-3 krt. kuukaudessa.....	42	39	40
1-5 krt. puolella vuodessa.....	27	28	27
Pari kertaa vuodessa.....	16	18	17
Ei juuri koskaan.....	5	5	5
<i>Etäisyys postitoimipisteeseen...</i>			
Alle 1 km.....	33	36	34
1-2 km.....	26	33	29
3-5 km.....	19	21	20
6-10 km.....	10	4	8
Yli 10 km.....	12	5	9
<i>Postitoimipisteen sijainti...</i>			
Lähempänä kotia.....	80	79	80
Lähempänä työ-/opiskelupaikkaa.....	11	11	11
Mualla.....	5	6	6
<i>Tyytyväisyys postitoimipisteen sijaintiin...</i>			
Erittäin tyytyväinen.....	43	39	41
Melko tyytyväinen.....	44	43	44
Ei kovin tyytyväinen.....	11	12	11
Ei lainkaan tyytyväinen.....	2	5	3

Kolmasosalla etäisyys postitoimipisteeseen on alle kilometri ja enemmistöllä enintään kaksi kilometriä. Koko joukosta alle kymmenesosan matka lähimpään postitoimipisteeseen ylittää 10 kilometriä. Useimmilla se sijaitsee kodin lähistöllä.

Enemmistö on varsin tyytyväinen postitoimipisteen sijaintiin. Kaikkiaan 41 on erittäin ja 44 prosenttia melko tyytyväinen siihen. Tyytymättömiä on yhteensä 14 prosenttia.

Jälkimmäisessä "postimatkat" ovat huomattavasti pitempiä, Itellan toimipistettä käyttävistä jopa 44 prosentilla on yli 10 kilometriä matkaa kuljettavanaan, asiamiespostien asiakkaita 30 prosentilla. Ero taajamiin on merkittävä, sillä siellä asuvista vastaava tilanne on vain prosentilla.

Taulukko 4. Keskimääräinen etäisyys postitoimipisteeseen taajamassa ja haja-asutusalueella (yksityiset) (%).

	Taajama		Haja-asutus- alue	
	Asiamies- posti	Itellan oma toimipiste	Asiamies- posti	Itellan oma toimipiste
<i>Etäisyys postitoimipisteeseen...</i>				
Alle 1 km .....	47	40	10	2
1-2 km .....	33	35	12	14
3-5 km .....	16	21	23	21
6-10 km .....	2	2	24	19
Yli 10 km .....	1	1	30	44

Kun ottaa huomioon sen, asuuko vastaaja taajamassa vai haja-asutusalueella, havaitsee tiettyjä eroja.

Taulukko 5. Keskimääräinen etäisyys postitoimipisteeseen taajamassa ja haja-asutusalueella (yksityiset) (%).

	Taajama		Haja-asutus- alue	
	Asiamies- posti	Itellan oma toimipiste	Asiamies- posti	Itellan oma toimipiste
<i>Tyytyväisyys...</i>				
Erittäin tyytyväinen .....	52	41	28	30
Melko tyytyväinen .....	36	43	59	44
Ei kovin tyytyväinen .....	11	11	10	20
Ei lainkaan tyytyväinen .....	1	5	3	6

Asia heijastuu hieman myös mielipiteisiin, vaikka valtaosa haja-asutusalueiden asukkaistakin kertoo olevansa tyytyväinen postitoimipisteensä sijaintiin. Silti tyytymättömien osuus kohoaa haja-asutusalueilla taajamien asukkaisiin verrattuna noin puolitoistakertaiseksi.

## 6 Postitoimintaa koskevia mielipiteitä

Enemmistö pitää hyvänä, että postitoimipiste sijaitsee muiden palveluiden lähellä, pieni myöhästymisen ei enemmistöä haittaa

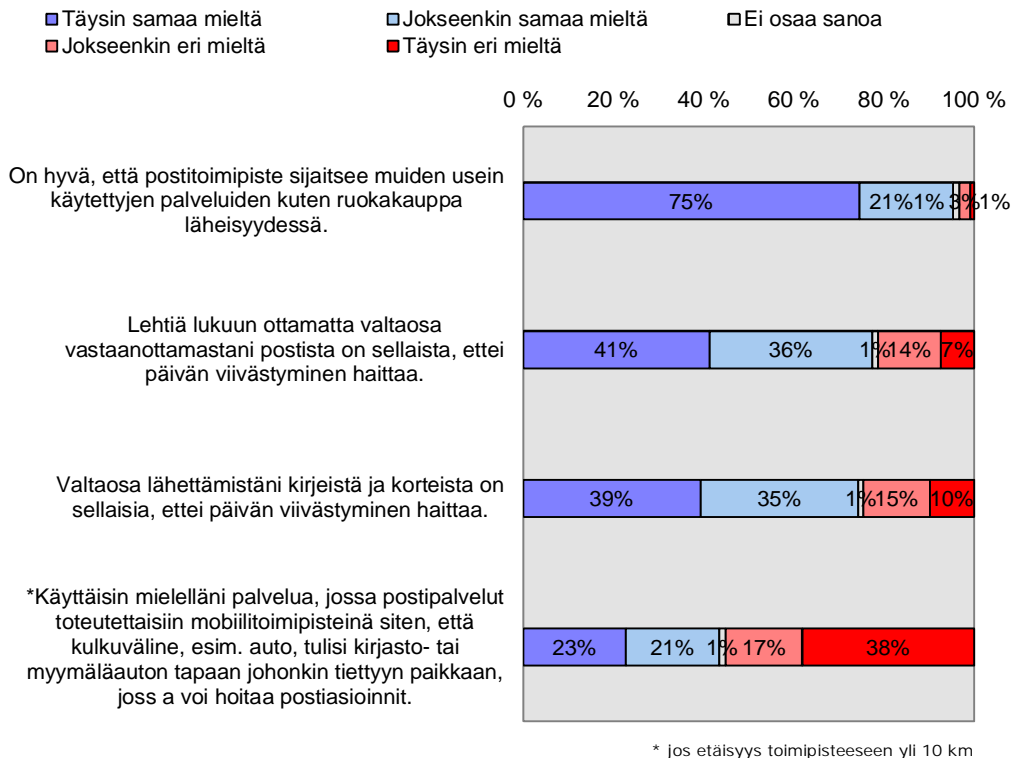
Postitoimipisteiden sijoittaminen muiden palveluiden lähelle on valtaosan mielestä hyvä ajatus.

Peräti kolme neljästä yksityishenkilöstä nimittäin oli täysin samaa mieltä väitteen *”on hyvä, että postitoimipiste sijaitsee muiden usein käytettyjen palveluiden kuten ruokakauppa läheisyydessä”* kanssa. Yhteensä 21 prosenttia oli jokseenkin tätä mieltä. Myös yrityksissä pidettiin tästä linjasta. Täysin samaa mieltä väitetyn kanssa oli 65 ja osittain 23 prosenttia.

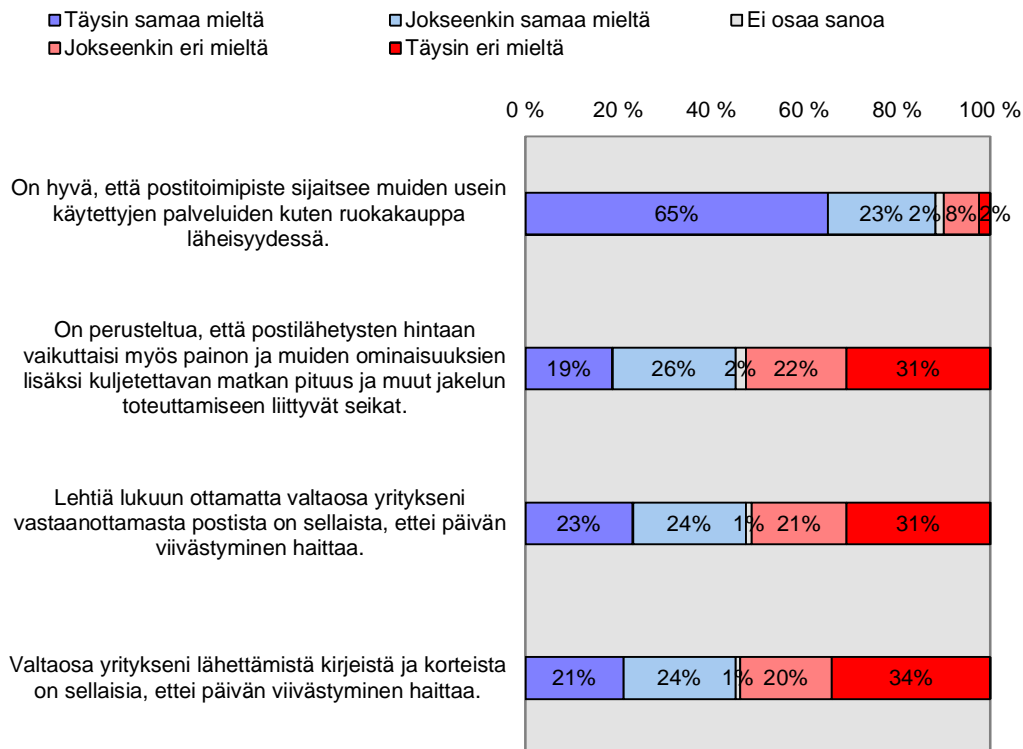


Vähäinen postin toimittamisen myöhästyminen haittaa enemmän yrityksiä kuin tavallisia kansalaisia.

#### POSTITOIMINTAA KOSKEVIA MIELIPITEITÄ (yksityiset) (%)



#### POSTITOIMINTAA KOSKEVIA MIELIPITEITÄ (yritykset) (%)



Jälkimmäisistä peräti 41 prosenttia oli täysin ja 36 prosenttia jokseenkin sitä mieltä, että *"lehtiä lukuun ottamatta valtaosa vastaanottamastani postista on sellaista, ettei päivän viivästyminen haittaa"*. Yritysten edustajista 23 kuului ensin mainittuihin ja 24 prosenttia jälkimmäisiin.

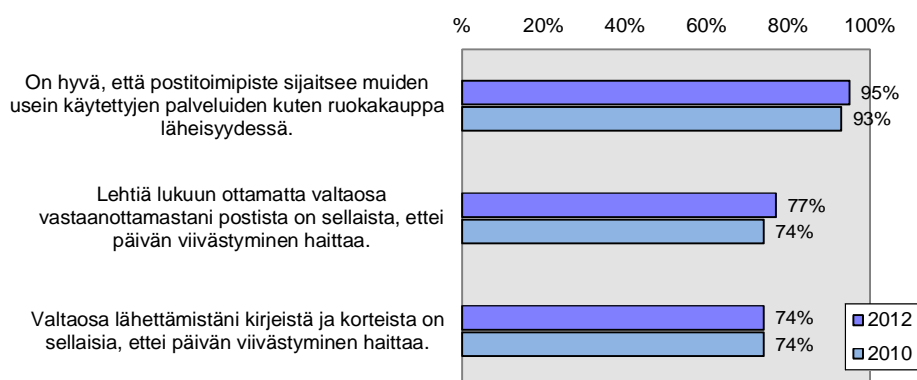
Kun väitettiin että *"valtaosa lähettämästäni/yritykseni lähettämistä kirjeistä ja korteista on sellaisia, ettei päivän viivästyminen haittaa"*, päästiin käytännössä samaan tulokseen.

Yritysten edustajille esitettiin lisäksi väite, jossa ehdotettiin, että postilähetysten hintaan voisi vaikuttaa painon ja muiden ominaisuuksien lisäksi kuljetettavan matkan pituus ja muut jakelun toteuttamiseen liittyvät seikat.

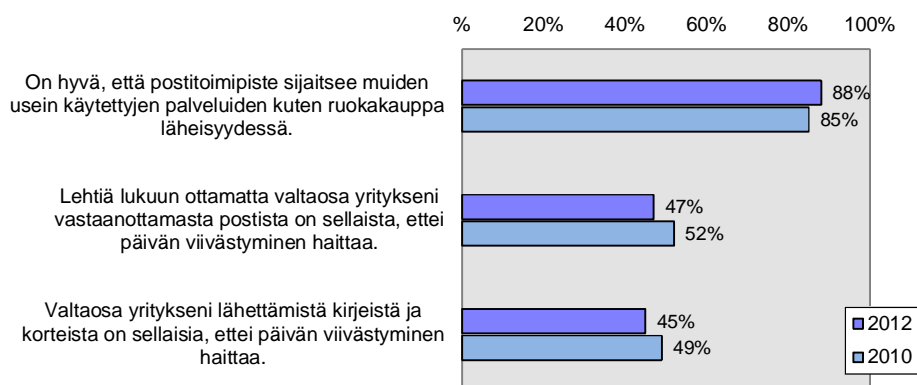
Käsitykset tästä jakaantuivat melko tavalla puolesta ja vastaan: 45 prosenttia kannatti ehdotettua, kun 53 prosenttia oli päinvastaista mieltä. Ehdotus sai taajamissa hieman suuremman kannatuksen kuin haja-asutusalueella, mutta se ei silti osoittautunut ehdotukseksi, jonka jonkin tyyppinen yritys voisi "omia" tai josta se ehdottomasti kieltäytyisi.

Yli 10 kilometrin päässä postitoimipisteestä asuville yksityishenkilöille esitettiin ajatus mahdollisuudesta mobiilitoimipisteasiointiin, jossa palvelu tuotaisiin kirjasto- tai myymäläautojen tapaan tiettyyn pisteeseen. Myös tämä ehdotus sai taakseen sekä kannatusta että kielteisiä ajatuksia: 44 prosenttia oli väitteen kanssa samaa ja 55 prosenttia eri mieltä.

POSTITOIMINTAA KOSKEVIA MIELIPITEITÄ  
(täysin + jokseenkin samaa mieltä olevat) (yksityiset) (%)

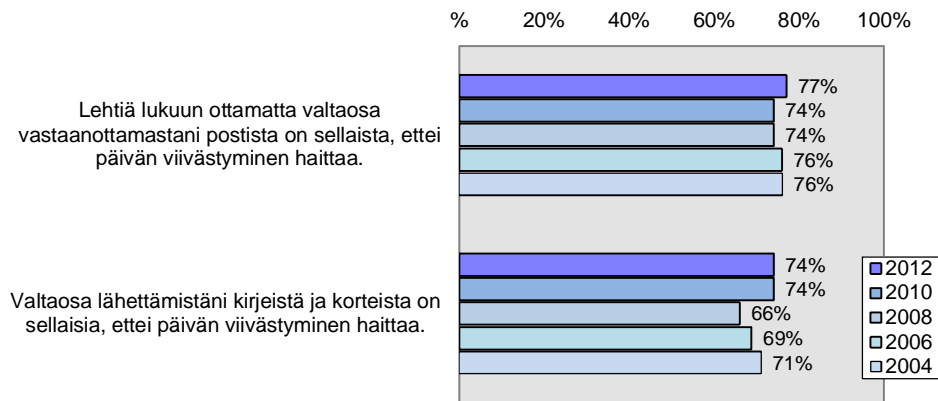


POSTITOIMINTAA KOSKEVIA MIELIPITEITÄ  
(täysin + jokseenkin samaa mieltä olevat) (yritykset) (%)

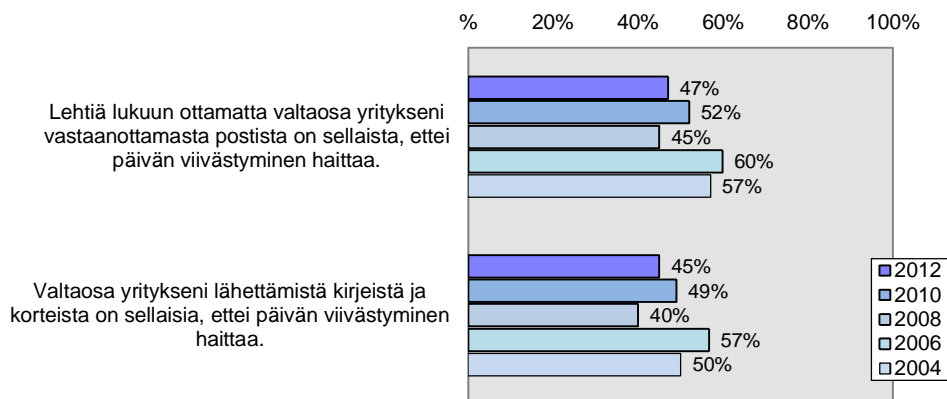


Edellisellä sivulla olevissa kuvioissa esitetyt väittämät esitettiin myös vuoden 2010 tutkimuksessa. Muutokset ovat niin vähäiset, että mahtuvat tilastolliseen virhemarginaaliin.

POSTITOIMINTAA KOSKEVIA MIELIPITEITÄ  
(täysin + jokseenkin samaa mieltä olevat) (yksityiset) (%)



POSTITOIMINTAA KOSKEVIA MIELIPITEITÄ  
(täysin + jokseenkin samaa mieltä olevat) (yritykset) (%)



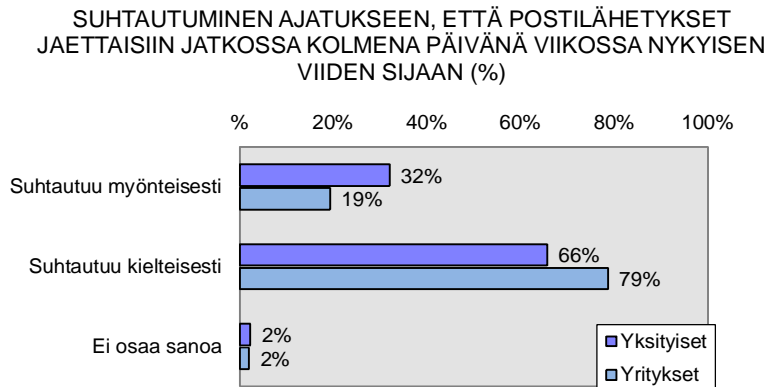
Kahdesta väittämästä on käytettävissä hieman pitempi aikasarja. Oheisista kuvioista havaitsee, että yksityishenkilöiden selkeä enemmistö on joka kerta suhtautunut väittämiin siten, ettei vähäinen myöhästyminen aiheuta ainakaan liian suurta haittaa.

Yritysten edustajien näkemykset ovat sekä olleet kriittisempiä ja vaihdelleetkin enemmän. Niistä voi varovasti lukea sen, että viivästyminen suhteen ollaan tullut pikku hiljaa kriittisemmiksi.

Enemmistö edellyttää, että posti jaetaan joka arkipäivä

Kokonaan uusi oli kysymys, jossa tiedusteltiin, kävisikö tutkimukseen osallistuneille, jos postilähettykset jaettaisiin jatkossa kolmena päivänä viikossa nykyisen viiden sijaan.

Ehdotus tyrmättiin enemmistön voimin sekä yksityishenkilöiden että yritysten edustajien parissa. Ensin mainituista 66 ja jälkimmäisistä 79 prosenttia suhtautui siihen penseästi.



Silti voi todeta, että käytännössä joka kolmas kansalainen olisi siihen valmis ja, että kahdessa yrityksessä viidestä ehdotus ainakin periaatteena hyväksyttiin.

Mikään tutkimuksen sisältänyt sosiodemografinen tekijä ei erityisesti jakanut käsityksiä. Vaikka alle 25-vuotiasta keskimääräistä useampi (44 %) suhtautuikin ehdotukseen myönteisesti, tämä havainto on säännön vahvistavana poikkeus.

Samalla tavoin voi luonnehtia myös yritysten edustajien näkemyksiä. Pientä vaihtelua oli havaittavissa, mutta minkään tyyppiset yritykset eivät osoittautuneet sen enempää ehdotuksen varsinaisiksi kannattajiksi kuin vastustajiksikaan.

#### Halvempi hinta varmin edellytys käyttää Itella Oyj:n kilpailijaa

Erikseen kysyttiin käsitystä postitoiminnan kilpailusta. Vastaajia pyydettiin arvioimaan, millä edellytyksillä he olisivat valmiita käyttämään nykyisen palvelutarjoajan kilpailijan palveluja, mikäli sellaisia olisi tarjolla.

Sekä yksityishenkilöt että yritysten edustajat löysivät useita perusteita vaihtaa leiriä, mutta tulokset eivät silti vihjaa, että jonkinlainen joukkosiirtyminen olisi automaattinen.

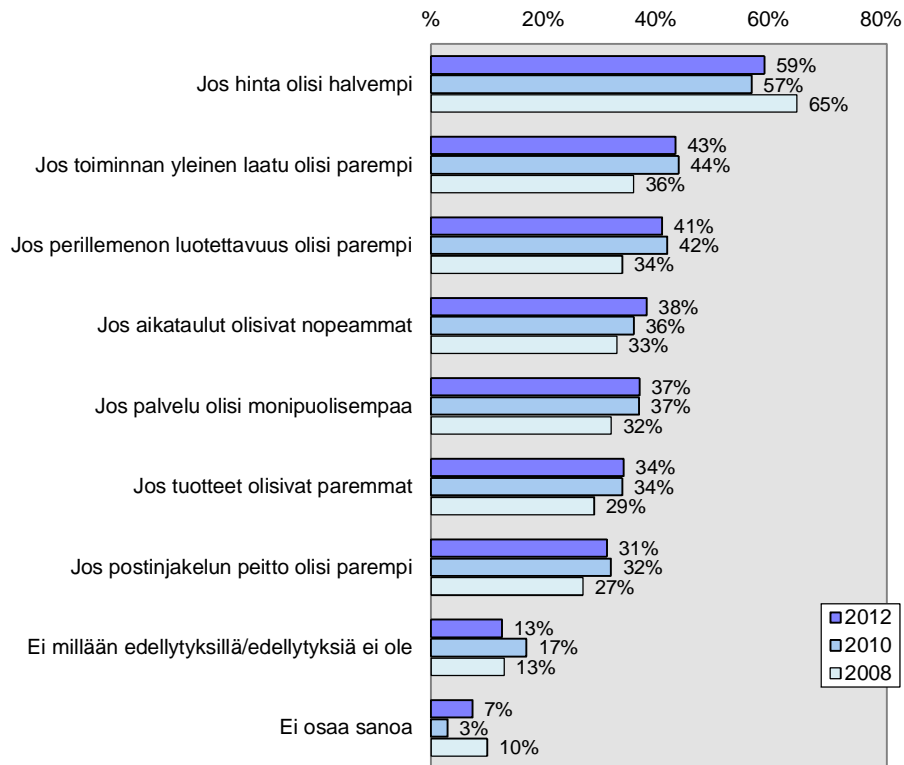
Vain marginaalinen osa (yksityishenkilöistä tosin 13 %) totesi, ettei vaihtamiselle olisi mitään edellytyksiä. Toisaalta vain yksi sadasta oli (spontaanisti) sitä mieltä, että minkä tahansa edellytyksen toteutuminen tekisi heistä automaattisesti Itella Oyj:n kilpailijan asiakkaita.

Asiaperusteet ratkaisisivat, ja niistä keskeisimmäksi nousee palvelusta maksettava hinta. Yrityksille (63 %) se on vielä hieman tärkeämpi tekijä kuin yksityishenkilöille (59 %), joille se myös on tärkein yksittäinen päätöksenteon peruste.

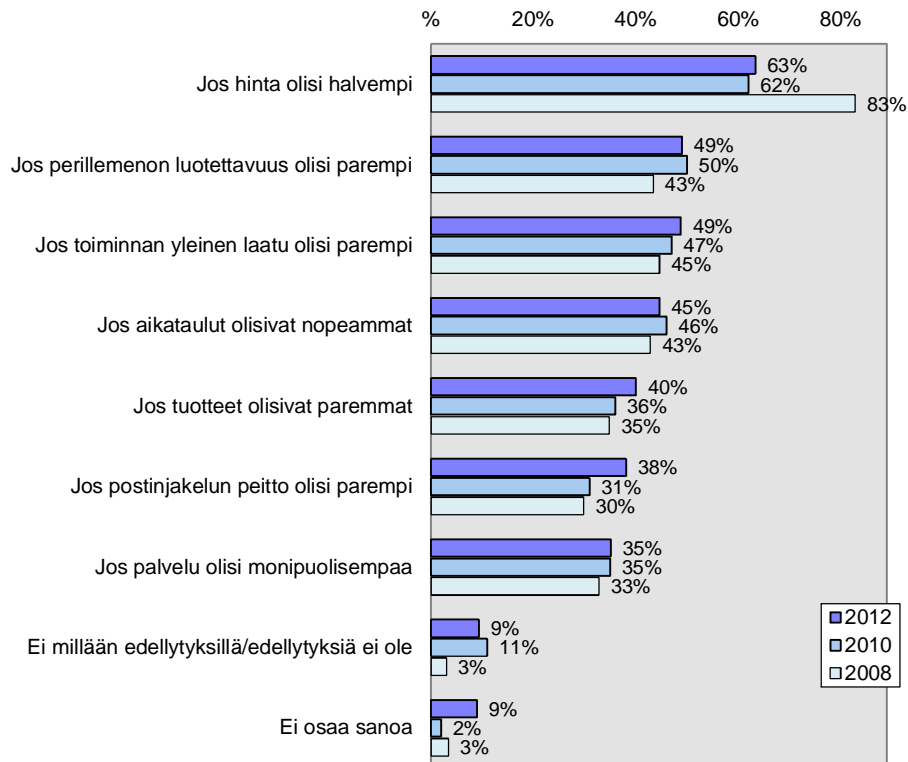
Laatu, luotettavuus, nopeus, monipuolisuus, peitto sekä tuotteet mainittiin koko lailla yhtä usein (tosin yrityksille kolme ensimmäistä olisivat tärkeämpiä valinnan perusteita kuin yksityishenkilöille), mutta mikään niistä ei nousisi ainakaan yksinään samaan sarjaan kuin hinta.

Perusteet ovat pysyneet varsin samantyyppisinä koko sen ajan, kun asiaa on kysytty tutkimuksissa, joskin hinta mainitaan nyt hieman harvemmin kuin aluksi.

JOS TARJOLLA OLISI MUU KUIN ITELLA OYJ,  
MILLÄ EDELLYTYKSILLÄ KÄYTTÄISI SEN PALVELUITA, yksityiset (%)



JOS TARJOLLA OLISI MUU KUIN ITELLA OYJ,  
MILLÄ EDELLYTYKSILLÄ KÄYTTÄISI SEN PALVELUITA, yritykset (%)



Taulukko 6. Tyytymättömyyden aiheita (%).

Jakeluun liittyvät asiat.....	18
Toimipisteeseen liittyvät asiat .....	12
Palveluun liittyvät asiat.....	5
Ei huomauttamisen aiheita .....	61

Yksityishenkilöitä pyydettiin kertomaan spontaanisti, mitkä ovat sellaisia posti-toimintaan liittyviä asioita, joista he haluaisivat huomauttaa tai valittaa.

Peräti 61 prosentille ei tullut mitään sellaista asiaa mieleen. Ne, jotka pystyivät nimeämään valituksen aiheita, listasivat hyvin monenlaisia asioita. Kahdeksalla-toista prosentilla oli mielessään joitakin jakeluun liittyviä seikkoja (myöhästymisen, ajankohdan myöhäisyys, kadonneet lähetykset yms.).

Kahdentoista prosentin vastaukset liittyivät tavalla tai toisella toimipisteisiin, niiden lopettamiseen sijaintiin, aukioloaikoihin jne. Viisi prosenttia halusi huomauttaa saamastaan palvelusta.

## 7 Postipalvelujen käyttäminen

Kirjeiden lähettäminen yrityksissä lähes yhtä yleistä kuin aiemmin, eräiden palveluiden käyttö vähentynyt selvästi

Taulukosta 7 selviää eri lähetyslajien käyttö yrityksissä vuodesta 2002 lähtien. Tämän perusteella näyttäisi siltä, että ykkös- ja kakkosluokan kirjeitä (80 prosenttia pitää niitä liiketoimintansa kannalta kaikkein tärkeimpänä postituotteena) lukuun ottamatta muiden lähetyslajien osuudet ovat vähenemässä.

Selvimmän muutos näkyy mm. pikakirjeiden ja postiennakkolähetysten käytössä. Myös paketteja ja kappaletavaraa lähetetään vähemmän kuin vielä kymmenen vuotta sitten. Tuloksia arvioidessa tulee kuitenkin ottaa huomioon, että kyseessä on vastaajan muistiin perustuva arvio siitä, mitä yrityksestä on tavanomaisen viikon aikana postitettu.

Taulukko 7. Eri lähetyslajien käyttö yrityksissä (%).

	2002	2004	2006	2008	2010	2012
Ykkös- tai kakkosluokan kirjeitä .....	98	99	97	98	96	93
Paketteja, kappaletavaraa.....	65	64	63	67	50	50
Pikakirjeitä, pikalähetyksiä .....	43	42	39	37	26	17
Kirjattuja tai vakuutettuja lähetyksiä ..	35	41	36	25	19	14
Kuriiri- tai lähettikirjeitä (ei Itella) .....	15	19	15	21	14	12
Postiennakkolähetyksiä .....	30	22	27	21	17	9
Osoitteellisia joukkokirjeitä.....	22	15	13	18	12	8
Multikirjeitä, e-kirjeitä.....	2	5	5	7	5	5
Lehtiä.....	8	5	3	7	3	5
Osoitteettomia lähetyksiä.....	7	6	4	4	2	3

Tiedot yritysten tavoista järjestää postinsa nouto ja vienti ovat jonkin verran vaihdelleet tutkimuksesta toiseen. Yhteistä on kuitenkin se, että koko ajan enemmistö on kertonut saapuvan postin tulevan normaalissa kannossa ja, että lähtevä posti viedään itse toimipisteeseen.

Taulukko 8. Postin noudon ja viennin järjestäminen yrityksissä (%).

	2002	2004	2006	2008	2010	2012
Nouto- ja vientipalvelusopimus Itellan kanssa.....	11	13	13	24	9	18
Nouto- ja vientipalvelusopimus muun kanssa.....	1	2	1	5	2	5
Saapuva posti normaalissa kannossa, lähtevä viedään itse.....	76	71	73	50	78	68
Saapuva posti noudetaan itse postilokerosta, lähtevä viedään itse.....	10	11	7	17	10	10
Muu tapa.....	3	3	4	2	2	6

Vastaavasti, joka kerta toiseksi suosituin vaihtoehto on ollut Itellan kanssa tehty nouto- ja vientipalvelusopimus. Kolmanneksi yleisin tapa taas on aina ollut se, että saapuva posti noudetaan postilokerosta ja lähtevä viedään itse.

Yritysten ja toimipaikkojen vastaajilta tiedusteltiin lisäksi muiden kuin Itellan palveluiden käyttämistä. Enemmistö (55 %) kertoi, että niitä hyödynnetään.

Taulukko 9. Muiden kuljetusorganisaatioiden kuin Itellan käyttäminen (%).

	2002	2004	2006	2008	2010	2012
Matkahuolto, linja-autot.....	32	46	31	40	35	32
Transpoint, Kiitolinja, Cargo Express, kuorma-autot.....	21	32	25	43	33	27
Kuriiriyrietykset kuten DHL, TNT, USB tai Citymail.....	11	20	20	43	29	20
Lähettiyritys.....	8	17	10	22	8	10
Muu kuljetusorganisaatio.....	5	8	9	10	8	12
VR, rautatiet.....	3	7	4	7	4	6
Ei käytetä muuta kuin Itellaa.....	49	36	42	28	43	44

Tärkeimmät yhteistyökumppanit löytyvät edelleen linja-auto ja kuorma-autopalveluja tarjoavista yrityksistä (esim. Matkahuolto, Transpoint) sekä kuriiriyrityksistä.

## 8 Sähköinen asiointi ja viestintä

Lähetysten seuranta suosituin verkkopalvelu, sähköinen viestinvälitys valtaa alaa

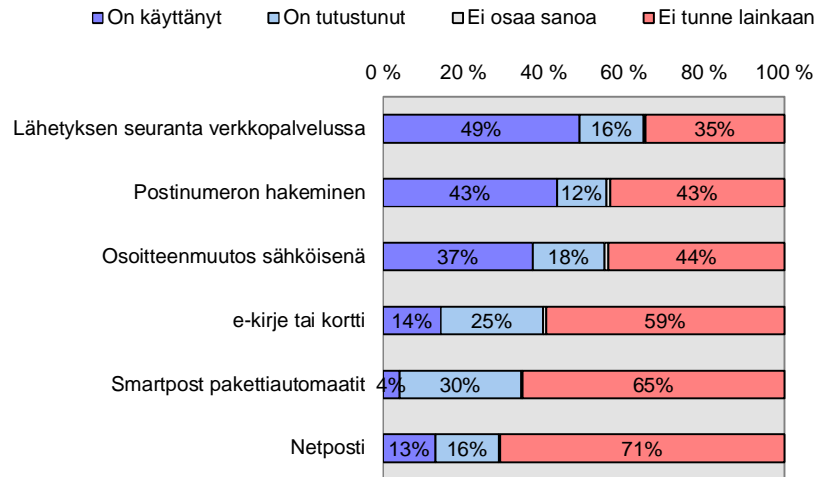
Suomalaisten yritysten ja kansalaisten sähköistä postiasiointia tarkasteltiin kysymyksillä, joissa vastaajat saivat kertoa, ovatko käyttäneet eräitä palveluita.

Molemmilla ryhmillä suosituimmaksi osoittautui lähetyksen seuranta verkkopalvelussa. Joka toinen yksityishenkilö kertoi hyödyntäneensä palvelua. Yritysten joukosta peräti 70 prosenttia lukeutui vastaavaan joukkoon.

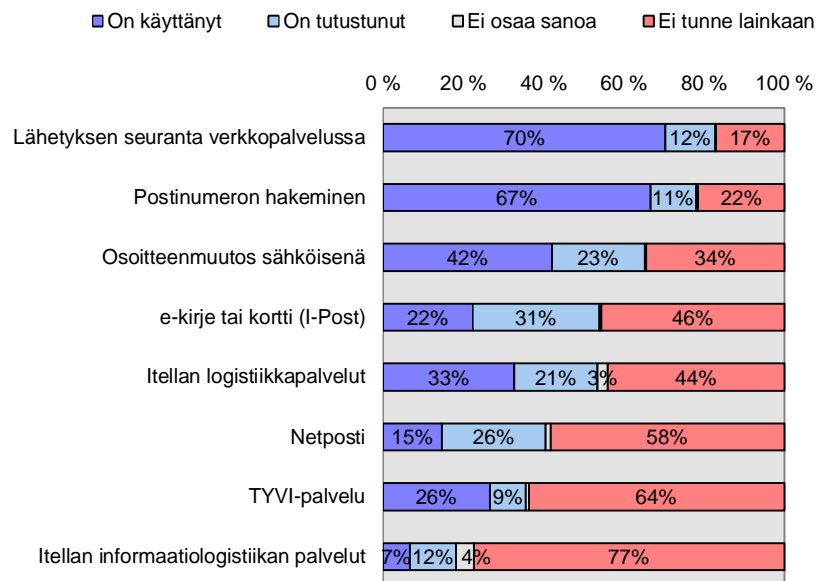
Postinumeron hakeminen ja sähköisenä tehty osoitteenmuutos olivat kummankin toiseksi ja kolmanneksi eniten hyödyntämiä Itellan verkkopalveluita.

Muut palvelut olivat tulleet kyseeseen harvemmille yksityishenkilöille. Joka kolmannessa yrityksessä oli ainakin kokeiltu Itellan logistiikkapalveluita ja joka neljännessä kerrottiin, että yrityksessä oli käytetty TYVI-palvelua.

#### ERÄIDEN ITELLAN PALVELUIDEN KÄYTTÄMINEN (yksityiset) (%)



#### ERÄIDEN ITELLAN PALVELUIDEN KÄYTTÄMINEN (yritykset) (%)



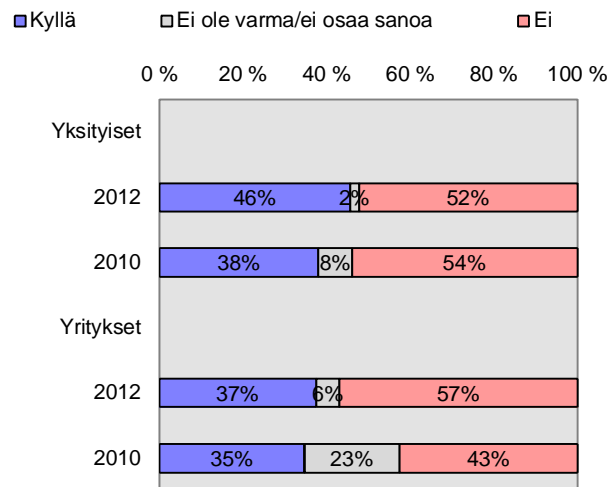
Lisäksi tiedusteltiin – vuoden 2010 tutkimuksen tapaan – periaatteellista valmiutta vastaanottaa postilähetykset sähköpostiin tai muulla sähköisellä tavalla.

Aiempaa useampi yksityishenkilö kertoi, että voisi ainakin harkita asiaa, vaikka tämä tarkoittaisi sitä, että kirje ei tulisi lainkaan tai toimitettaisiin nykyistä harvemmin postilaatikkoon tai -luukkuun.

Yritysten edustajien parissa kyllä -vaihtoehdon valinneiden määrä ei ollut juuri muuttunut. Aiemmin epätietoisista näyttää yllä olevan kuvion perusteella tulleen asiaan kielteisesti suhtautuvia.

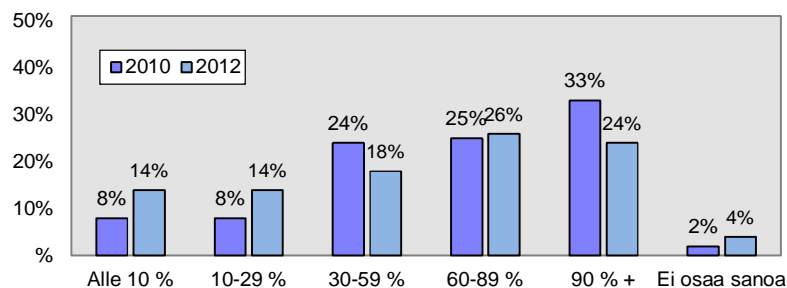


VALMIUS VASTAANOTTAA POSTILÄHETYKSET SÄHKÖPOSTIIN TAI  
MUULLA SÄHKÖISELLÄ TAVALLA (%)



Perusteet epäroinnille ovat moninaiset. Eräät viittasivat epäilyksiinsä toimitusvarmuudesta, kun toiset kertoivat pelkäävänsä teknisiä ongelmia tai omien teknisten taitojensa olevan puutteelliset. Olipa jotkut sitäkin mieltä, että perinteinen tapa on paljon mukavampi tai kätevämpi.

SÄHKÖISESTI KIRJOITETTUIJEN VIESTIEN OSUUS KAIKISTA  
VIESTEISTÄ (arvio yhteismäärästä) (%)



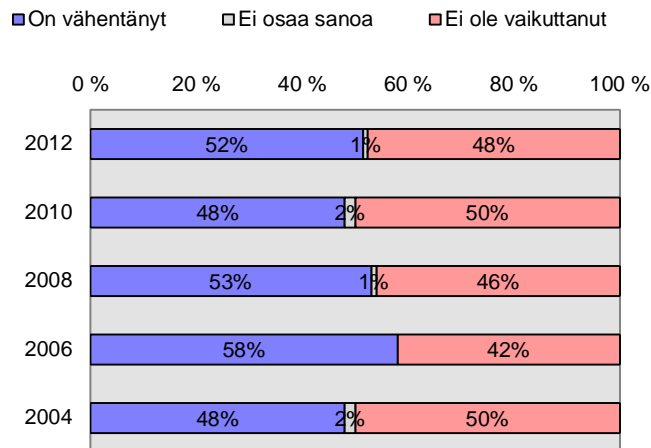
Viestien lähettäminen sähköisessä muodossa on yleistä yrityksissä. Joka neljännessä vähintään yhdeksän viestiä kymmenestä on sähköisiä. Kaksi vuotta sitten vastaava osuus ilmoitettiin vielä suuremmaksi.

Ennen kuin vetää liian suoria johtopäätöksiä, kannattaa kuitenkin muistaa, että kysymyksessä tiedusteltiin, kuinka monta prosenttia kirjoitetuista viesteistä lähetetään sähköisessä muodossa.

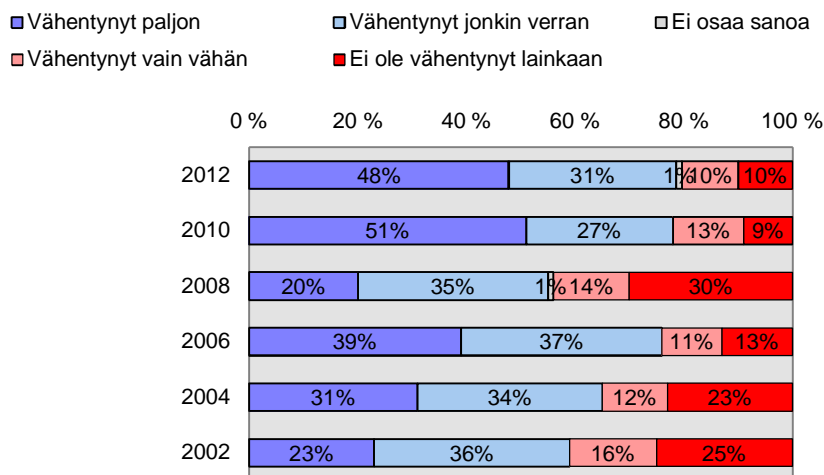
Kysymystä ei pidä tulkita yksiselitteiseksi mittariksi. Järkevämpää on tarkastella laajempia mittasuhteita. Silloin havaitsee, että enemmistössä suomalaisista yrityksistä vähintään 60 prosenttia kirjallisesta viestinnästä on sähköistä.

Noin joka toinen kansalainen on jokaisen tutkimuskierroksen yhteydessä todennut sähköisen viestinnän yleistymisen vähentäneen hänen kohdallaan perinteisten kirjeiden lähettämistä ja vastaanottamista.

SÄHKÖPOSTIN JA MATKAPUHELIMEN KÄYTÖN VAIKUTUS  
PERINTEISTEN KIRJEIDEN LÄHETTÄMISEEN JA  
VASTAANOTTAMISEEN (yksityiset) (%)



SÄHKÖPOSTIN JA MATKAPUHELIMEN KÄYTÖN VAIKUTUS  
PERINTEISTEN KIRJEIDEN LÄHETTÄMISEEN JA  
VASTAANOTTAMISEEN (yritykset) (%)



Kyseessä on ikään liittyvä ilmiö. Joukon nuorimmat ja vanhimmat muodostavat asiassa ääripäät: alle 25-vuotiaista 64 prosenttia toteaa perinteisten kirjeiden vähentyneen, kun 65-vuotta täyttäneistä niin on käynyt 36 prosentille.

Yritysten edustajien arviot ovat vaihdelleet matkan varrella. Silti oheisen kuvionkin perusteella syntyy selvä mielikuva siitä, että yritysmaailmassa perinteisten kirjeiden osuus on vähentynyt kymmenessä vuodessa selvästi.

Taulukkoon 11 on merkitty eräiden sähköiseen viestintään liittyvien laitteiden ja välineiden yleisyys suomalaisissa kotitalouksissa.

Kuten muissakin yhteyksissä on havaittu, melkein jokaisella on ollut matkapuhelin jo useamman vuoden ajan. Sähköpostikin on yleistynyt huomattavasti. Tänä vuonna asiaa kysyttiin suoraan, kun aiemmin (ennen vuotta 2012) sähköpostia koskeva kysymys esitettiin niille, jotka kertoivat käytössään olevasta tietoko-

neesta. Kyseiset luvut on muunnettu vastaamaan po. joukon osuutta tutkimuksen kohteena olevasta väestöryhmästä.

Taulukko 11. Yksityishenkilöt ja sähköinen viestintä (%).

	2004	2006	2008	2010	2012
<i>Käytössä...</i>					
Sähköposti (kaikista) .....	68	77	82	82	87
Laajakaistayhteys kotona .....				77	82
Laajakaistayhteys työ-/opiskelupaikalla .....				52	55
Matkapuhelin .....	95	97	99	99	99

Myös laajakaistaa koskevat tiedot ovat samansuuntaiset kuin muissa yhteyksissä saavutetut tulokset. Sellainen on yleistynyt viime aikoina ja löytyy jo useimmista suomalaistalouksista.

### Verkkokauppa yleistä

Kaikkiaan 71 prosenttia yksityishenkilöistä kertoi ostaneensa kuluneen kahden vuoden kuluessa ostoksia internetin kautta, verkkokaupasta tai vastaavasta hyödykkeen, joka on toimitettu kotiin tai johonkin noutopisteeseen.

Kahdessa vuodessa niin tehneiden osuus on noussut 11 prosenttiyksikköä. Vuonna 2010 nimittäin 60 prosenttia kertoi tehneensä vastaavan hankinnan.

Taulukko 12. Verkkokaupan hyödyntäminen (%).

	2010	2012
<i>Yksityiset...</i>		
Tehnyt internetostoksia (hyödyke toimitettu) .....	60	71
<i>Yritykset...</i>		
Käyttää verkkokauppaa...		
- myyntiin .....	3	3
- ostamiseen .....	28	35
- molempiin .....	12	10
- ei kumpaakaan .....	57	51
Verkkokaupan vaikutus postipalvelutarpeisiin		
- lisää tarpeita .....	42	21
- ei vaikutusta tarpeisiin .....	50	57
- vähentää tarpeita .....	8	3

Miehistä asialla oli ollut 71 prosenttia, naisista 68. Varsinaisesti ikä oli merkittävä käyttäytymiseen vaikuttanut tekijä.

Kaikkein nuorimmista eli 25-vuotiaista peräti 94 ja 25-34 -vuotiaista 93 prosenttia kertoi tehneensä kysymyksessä kuvatun hankinnan. 88 prosenttia 35-49-vuotiaista oli toiminut samoin.

50 vuoden ikä oli toiminut tietynlaisena vedenjakajana: sitä vanhemmista harvemmat olivat tehneet kyseisiä ostoksia. Silti on todettava, että 50-64-vuotiaiden enemmistö (54 %) oli toiminut niin. Eläkeikäisten (65+) parissa vastaava joukko oli 33 prosentin suuruinen.

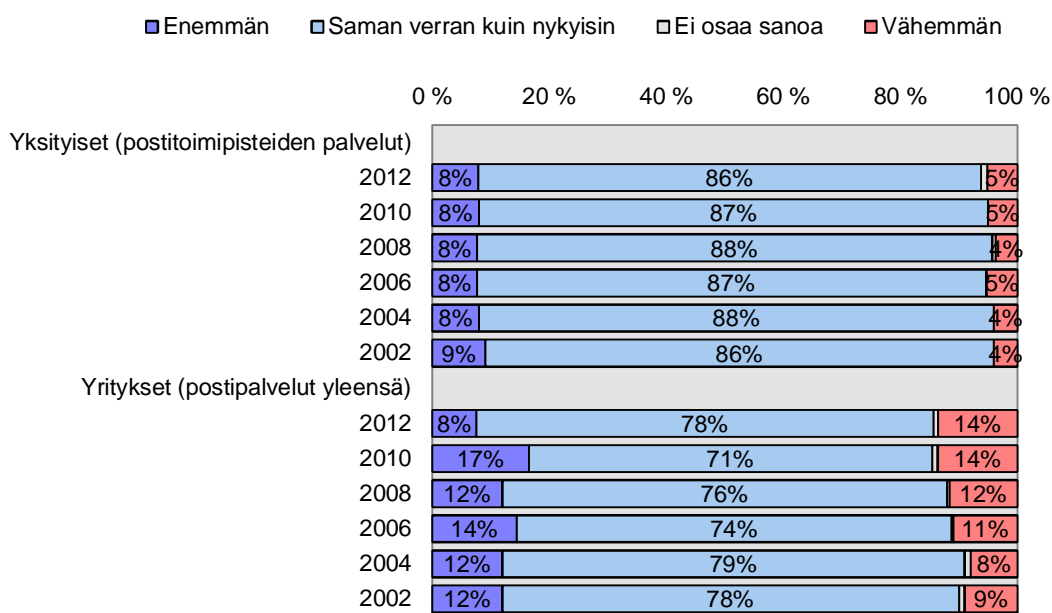
Yrityksiltä tiedusteltiin verkkokaupan käyttöä yrityksen myyntiin ja ostotoimintaan. Myynti tulee edelleen kysymykseen vain muutamille, mutta verkkokaupan käyttö yrityksen tekemissä ostoissa on yleistynyt.

Näkemykset verkkokaupan vaikutuksista yrityksen postitarpeisiin ovat muuttuneet. Kun vielä kaksi vuotta sitten monet olivat vakuuttuneita sen lisäävään tarpeita, verkkokaupan yleistyttyä asiasta ei enää olla yhtä vakuuttuneista. Tosin nyt ja kaksi vuotta sitten enemmistö arveli, ettei verkkokaupalla sinänsä ole suurempia vaikutuksia yrityksen postipalveluihin liittyviin tarpeisiin.

## 9 Postipalveluiden käyttäminen jatkossa

Postipalveluille riittää varmasti käyttäjiä tulevaisuudessakin. 86 prosenttia yksityishenkilöistä ja 78 prosenttia yritysten ja toimipaikkojen edustajista arvelevat, että kuluttavat lähiaikoina saman verran postipalveluja kuin nykyisinkin.

ARVIOT POSTIPALVELUIDEN KÄYTÖSTÄ  
LÄHITULEVAISUUDESSA (%)

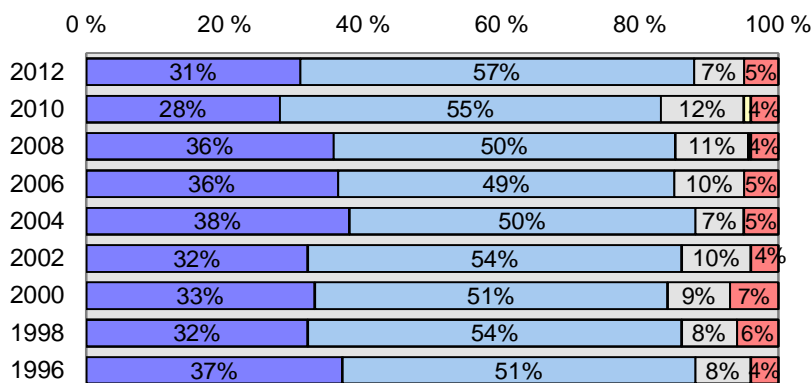


Muutammat arvioivat lisäävänsä niiden käyttöä. Yrityksissä 8 prosenttia arvioi tilanteen kehittyvän siihen suuntaan. Tosin 14 prosenttia moni epäili, että yrityksessä vähennetään palvelujen hyödyntämistä. Yksityishenkilöistä 8 prosenttia arveli käyttävänsä palveluja nykyistä enemmän ja viisi prosenttia vähemmän kuin tähän asti.

## LIITEKUVAT

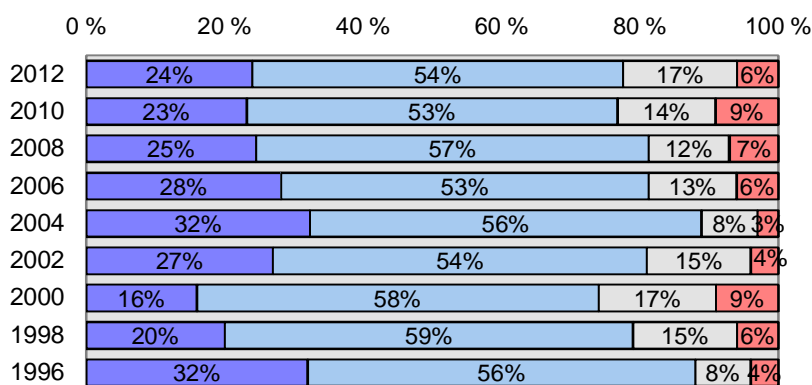
POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
postitoiminnan luotettavuus (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
□ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



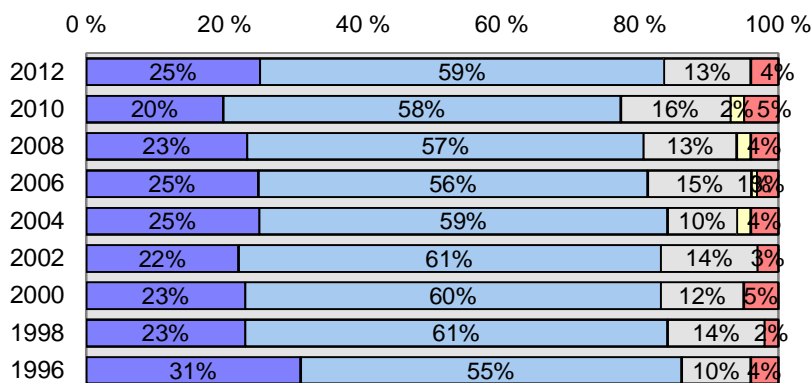
POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
postitoiminnan luotettavuus (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
□ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



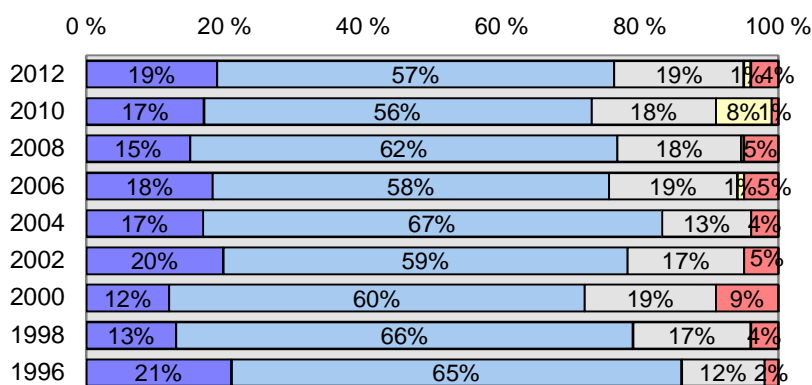
POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
yleinen laatu ja ammattitaito (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



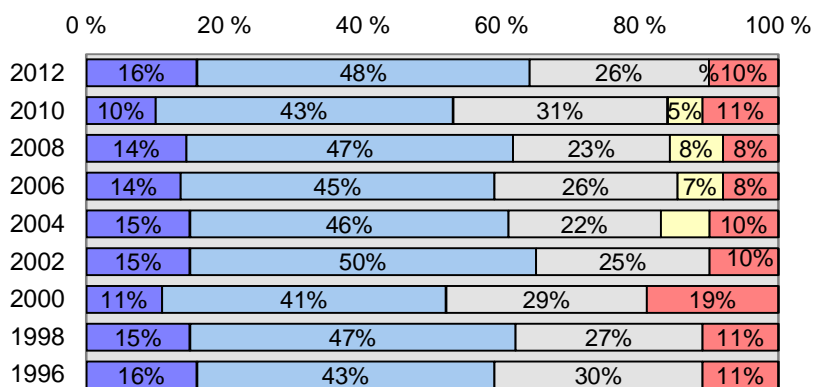
POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
yleinen laatu ja ammattitaito (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



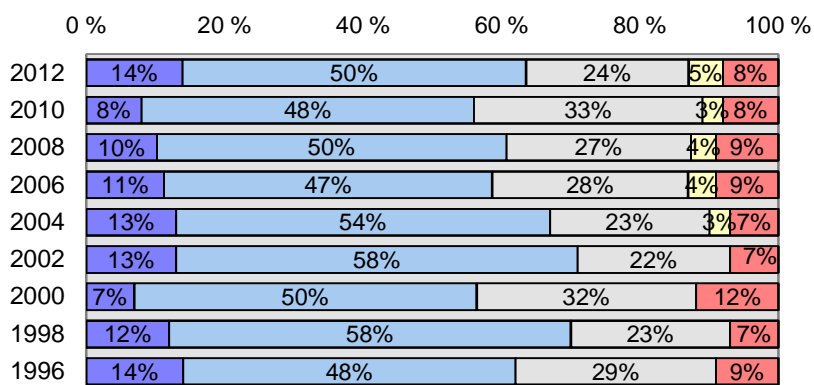
POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
nykyaikaisuus ja kehittäminen (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
□ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
nykyaikaisuus ja kehittäminen (%)

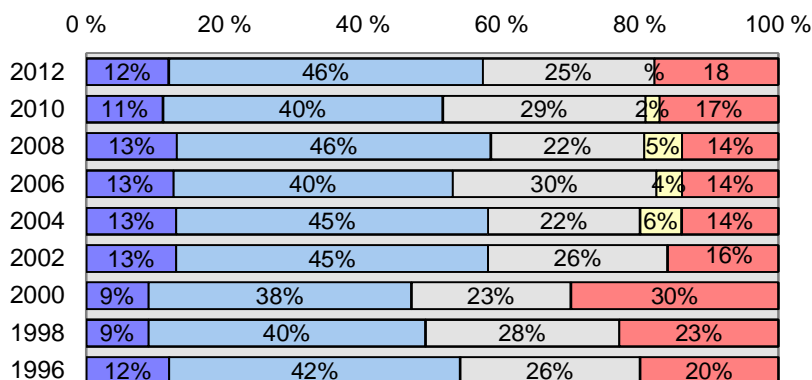
■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
□ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono





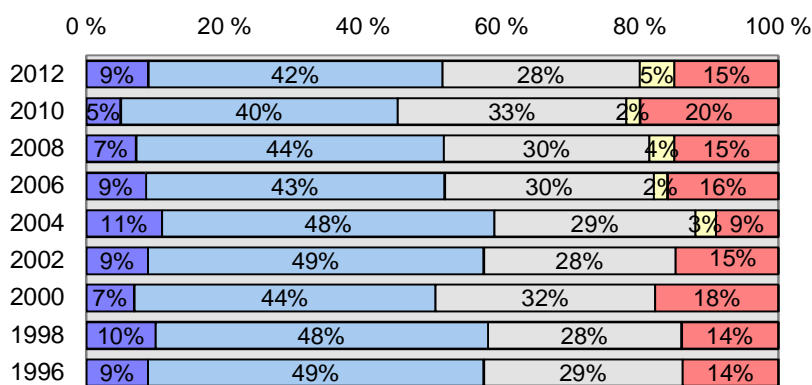
POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
käyttäjien tarpeiden ja toiveiden huomioon ottaminen (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



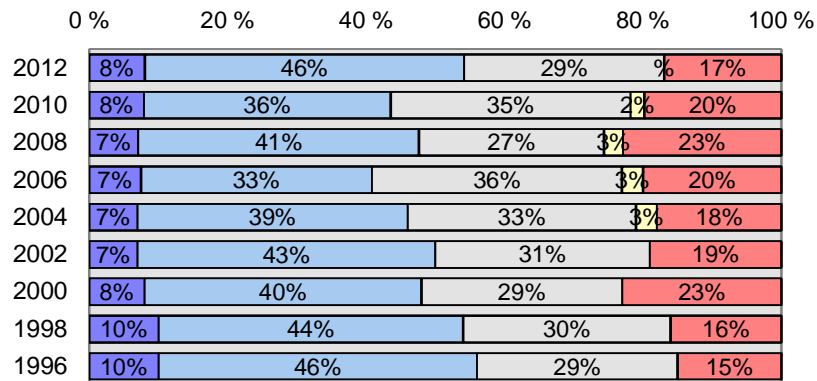
POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
käyttäjien tarpeiden ja toiveiden huomioon ottaminen (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



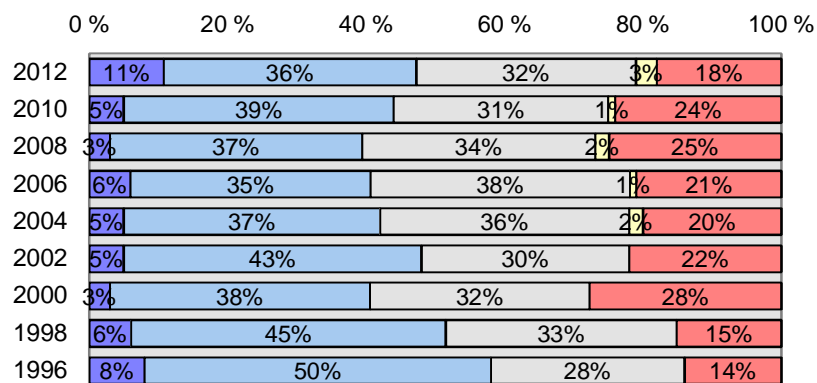
POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
postipalvelujen hinta-laatu -suhde (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
□ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono

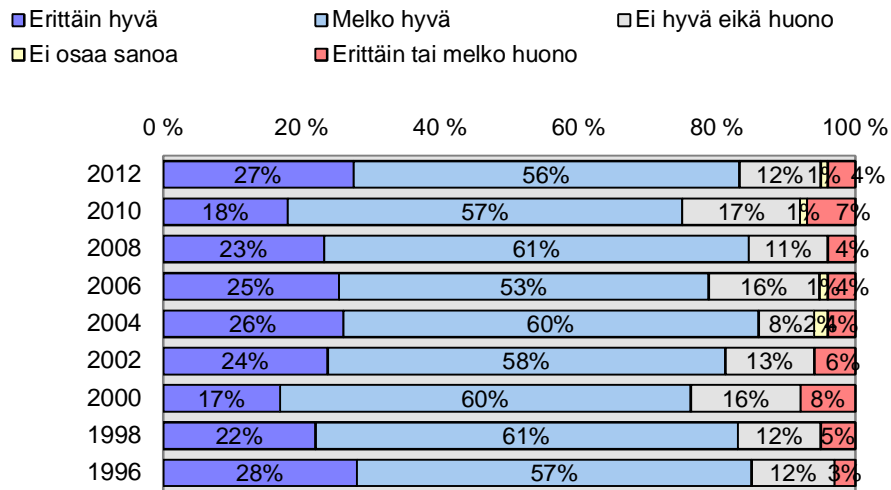


POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
postipalvelujen hinta-laatu -suhde (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
□ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono

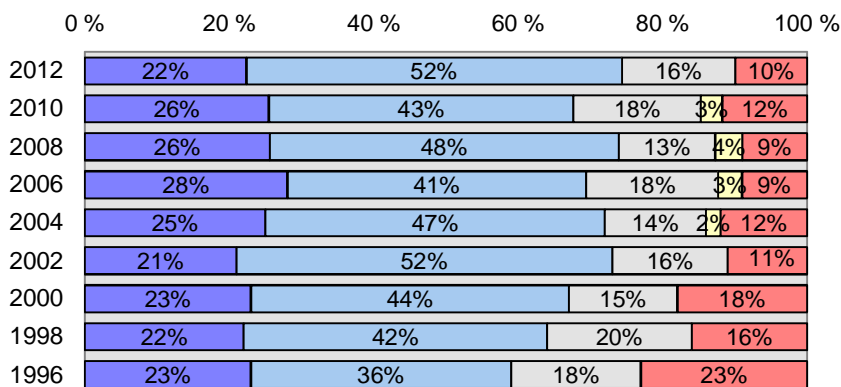


POSTITOIMINTAA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
postipalvelujen valikoiman riittävyys (%)



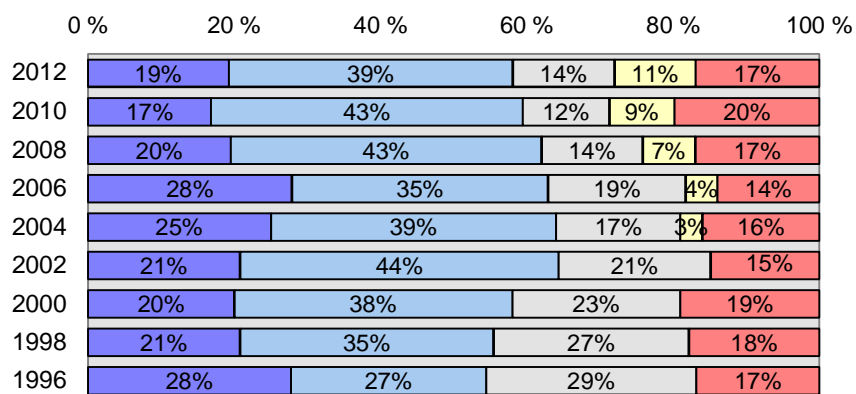
KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
kirjelaatikoiden tyhjennysajat (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
□ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono

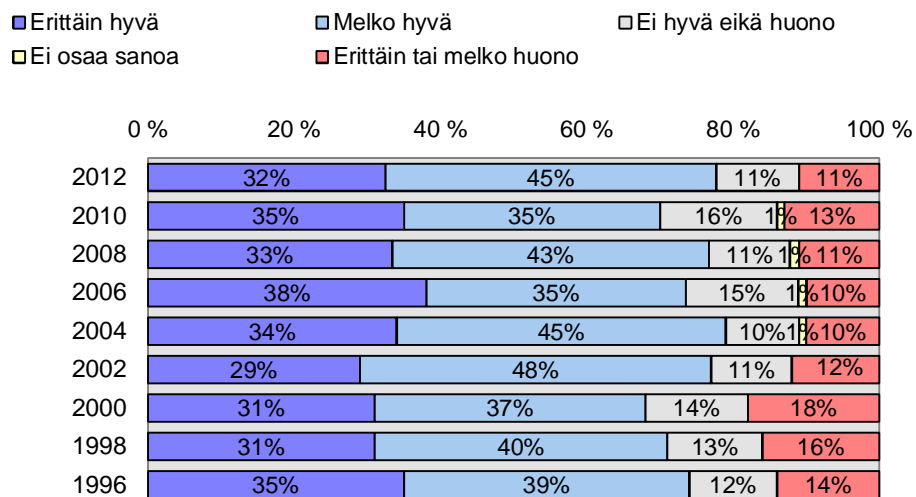


KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
kirjelaatikoiden tyhjennysajat (%)

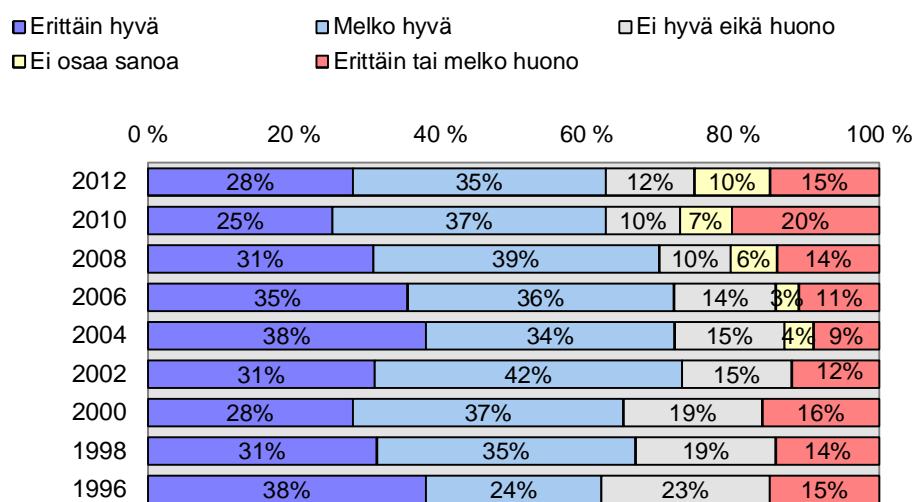
■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
□ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETÄ KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
kirjelaatikoiden sijainti (%)

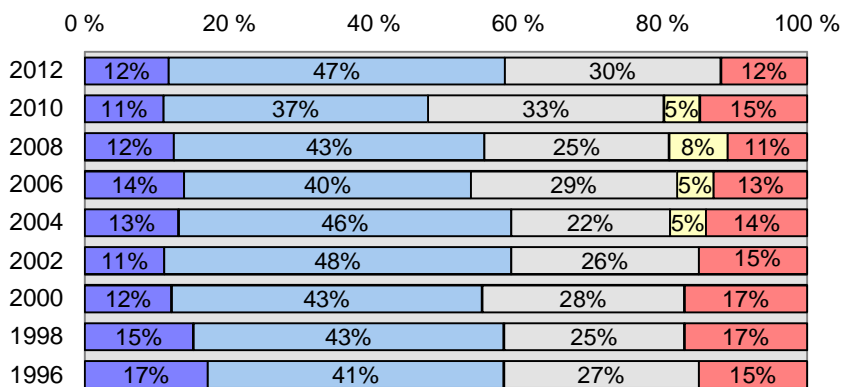


KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETÄ KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
kirjelaatikoiden sijainti (%)



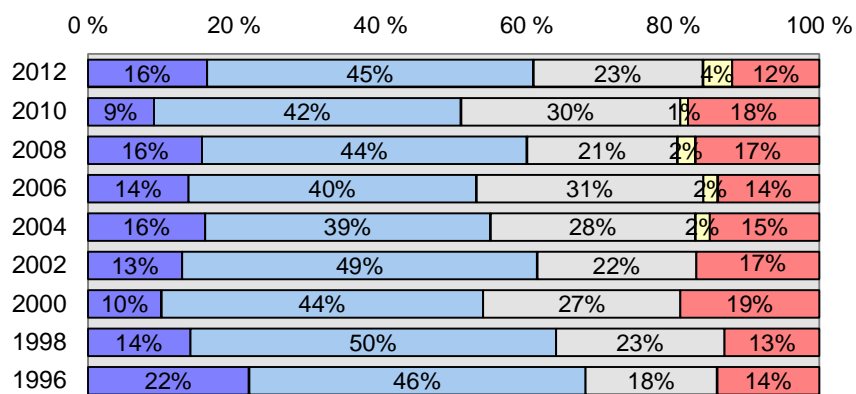
KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
hinnoittelun selkeys (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



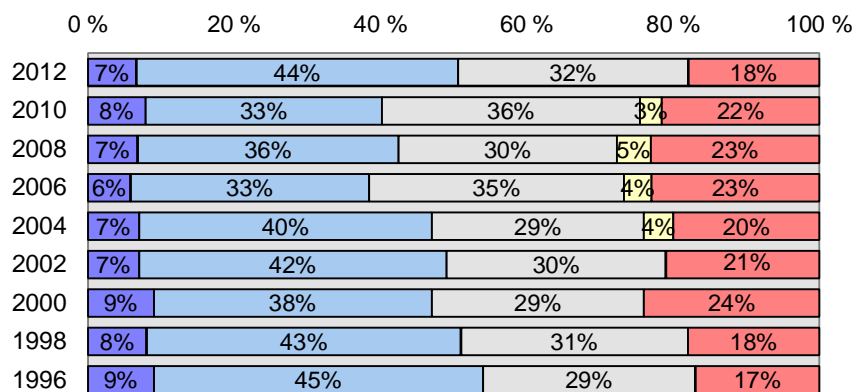
KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
hinnoittelun selkeys (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



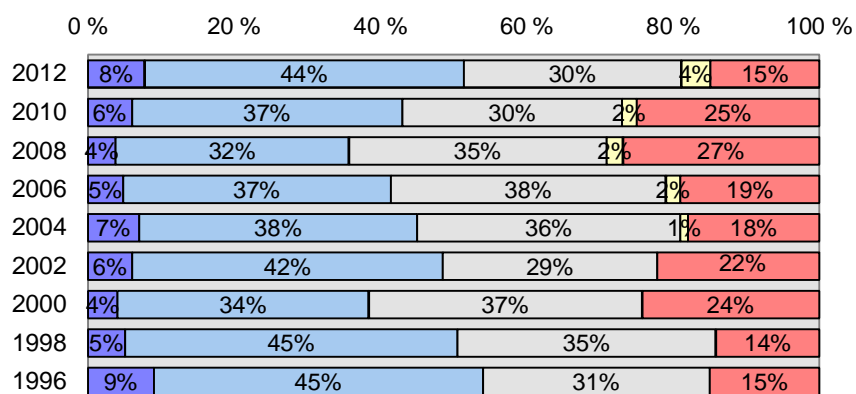
KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
hintatason sopivuus (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono

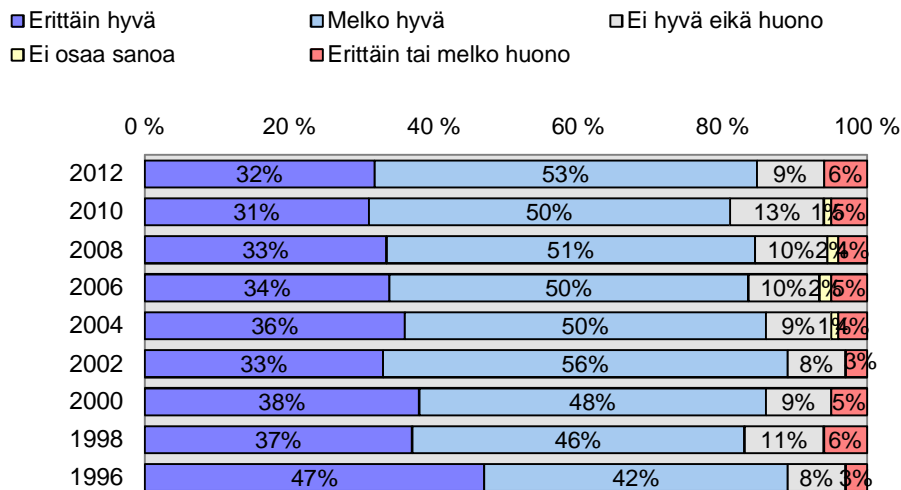


KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
hintatason sopivuus (%)

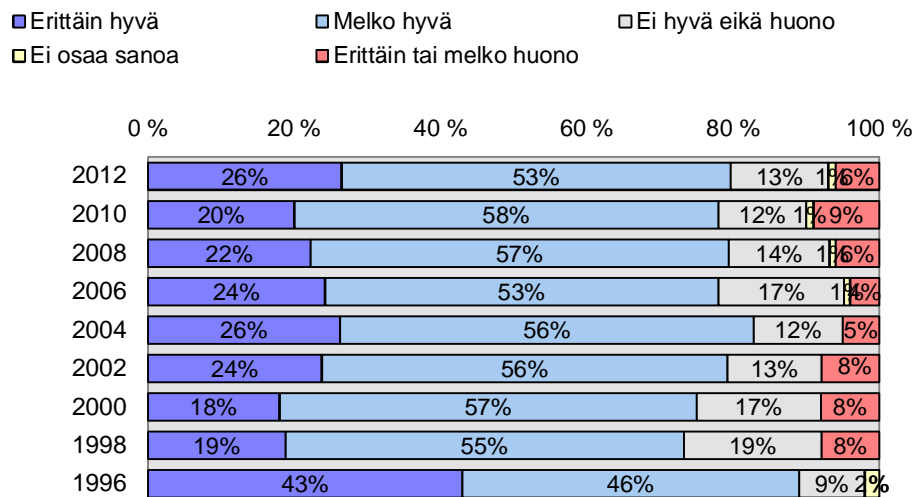
■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
lähetysten perilletulo vahingoittumattomana (%)

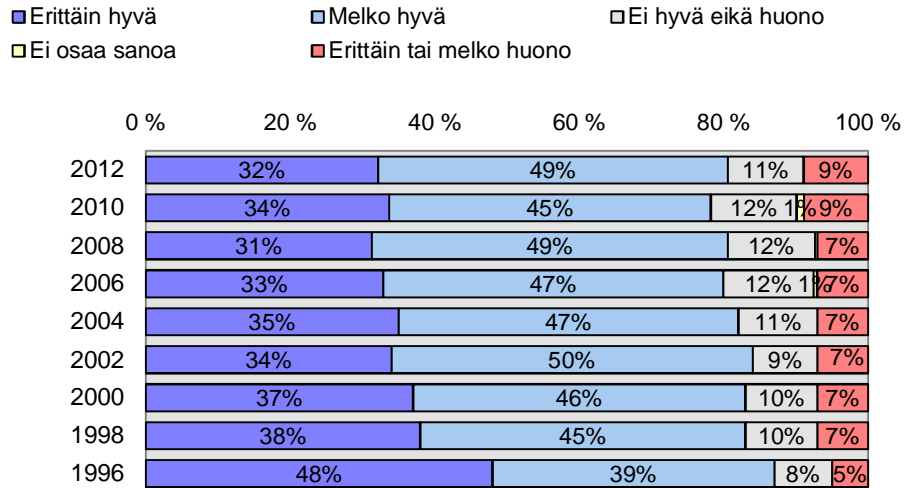


KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
lähetysten perilletulo vahingoittumattomana (%)

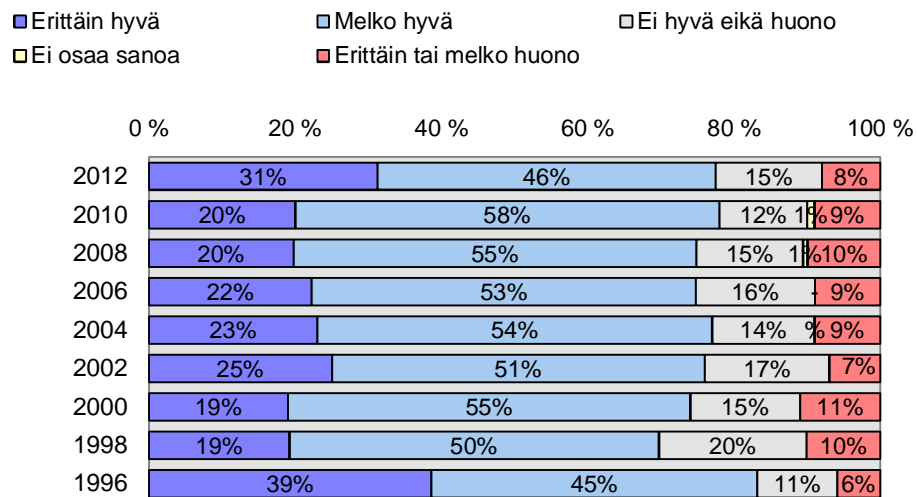




KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
lähetyksen toimittaminen oikeaan osoitteeseen (%)

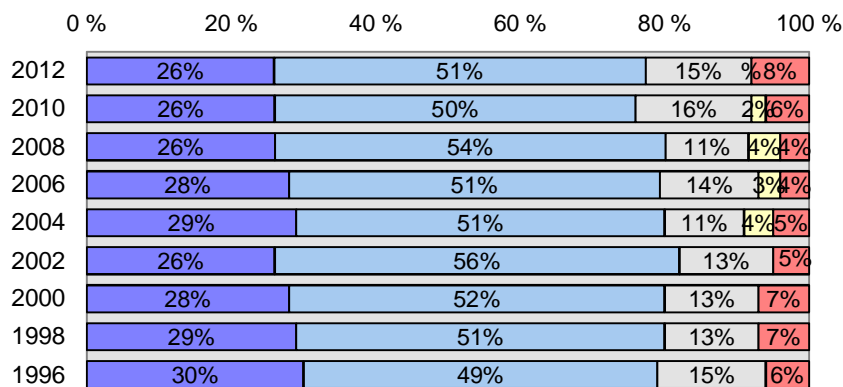


KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
lähetyksen toimittaminen oikeaan osoitteeseen (%)



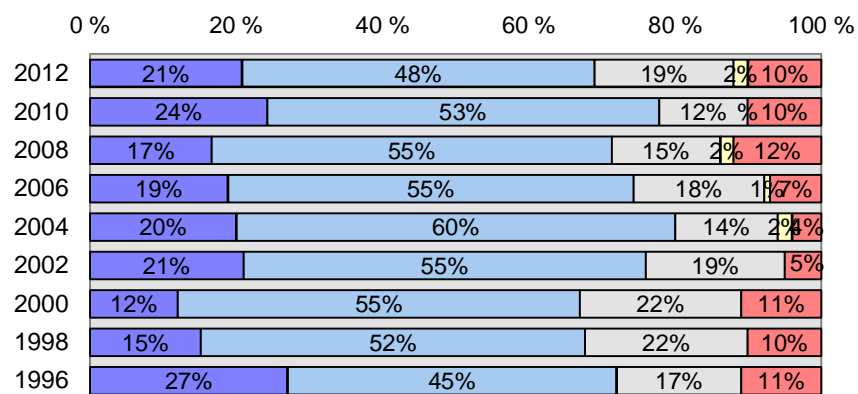
KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
lähetyksen perilletulo ilmoitetussa ajassa (%)

■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono

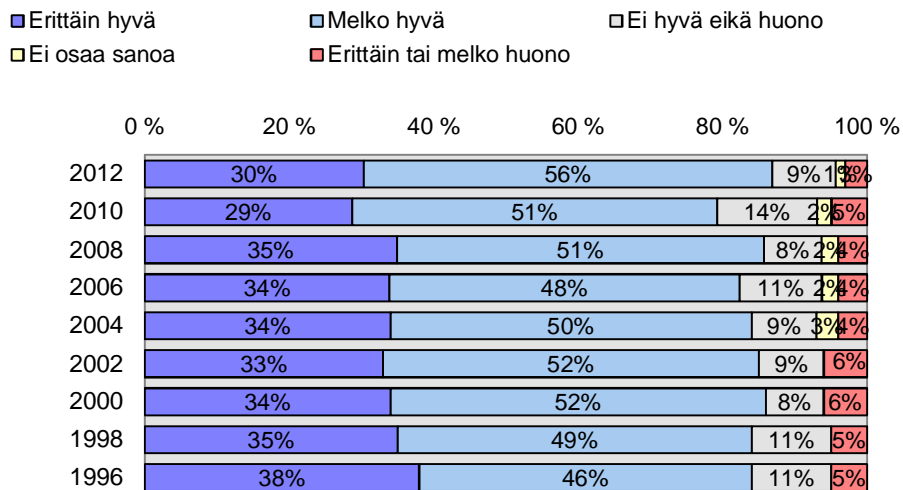


KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
lähetyksen perilletulo ilmoitetussa ajassa (%)

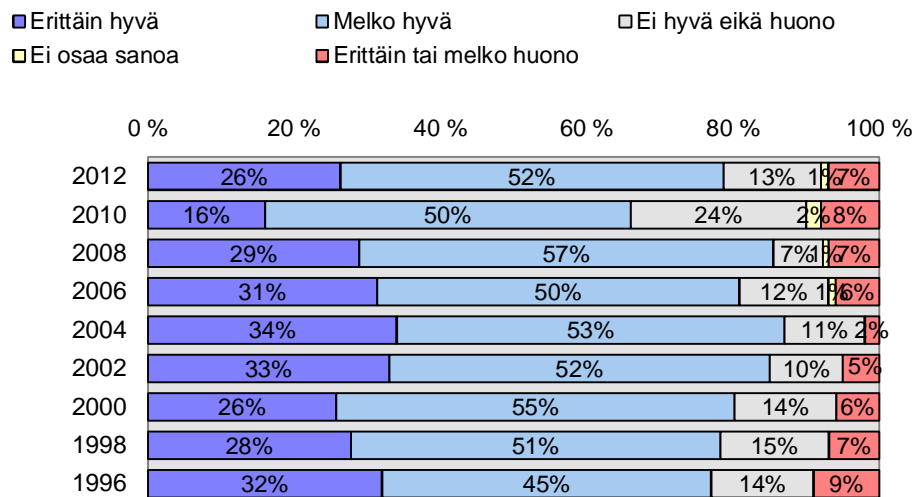
■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



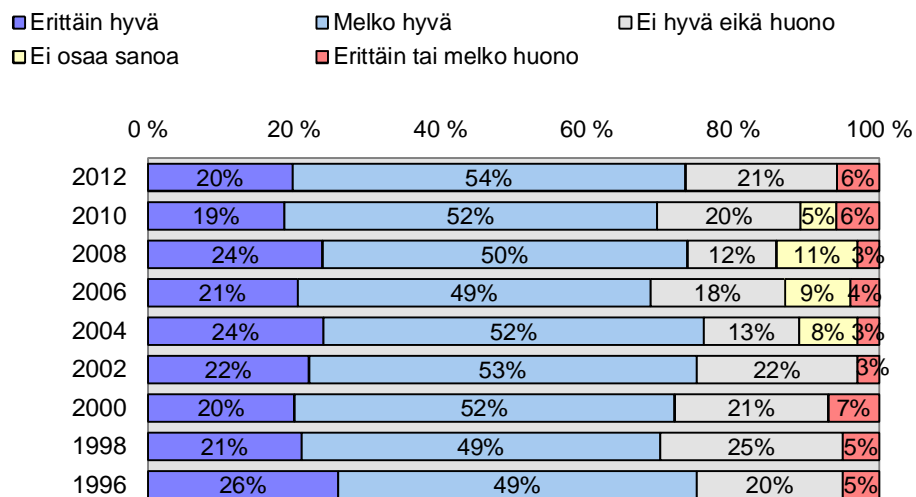
KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
kirjelähetysten kulkunopeus (%)



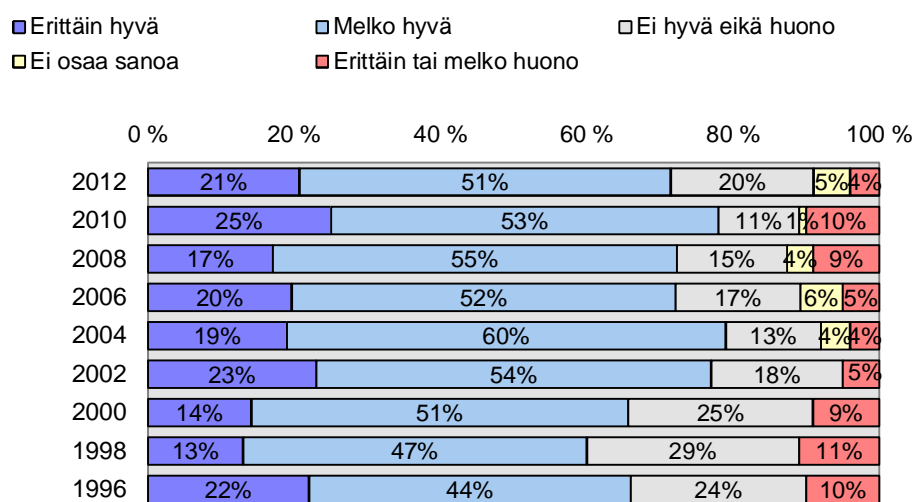
KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
kirjelähetysten kulkunopeus (%)



KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
pakettilähetysten kulkunopeus (%)

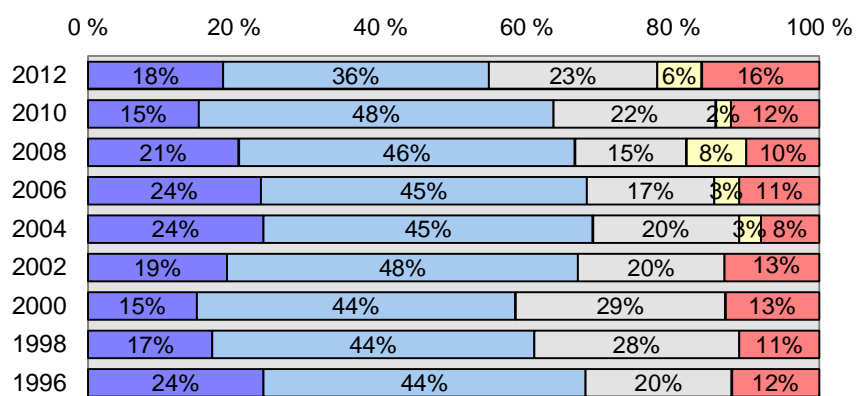


KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
pakettilähetysten kulkunopeus (%)

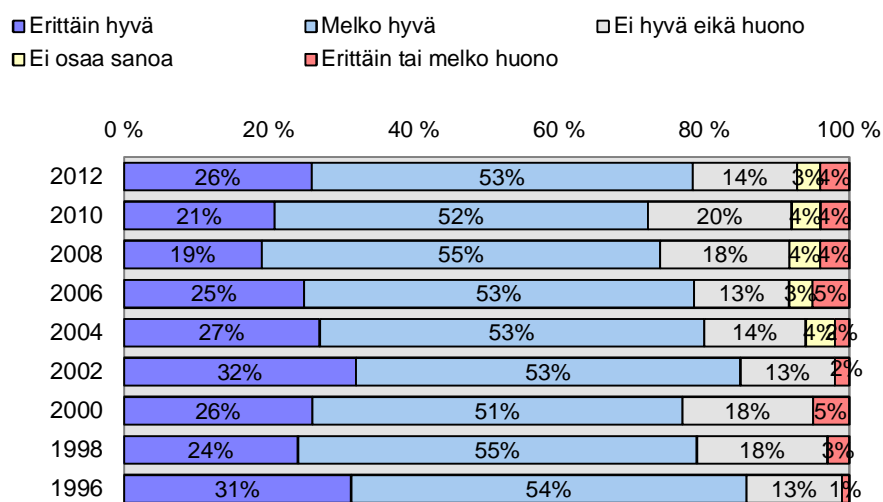


KIRJE- JA PAKETTILIIKENNETTÄ KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
asioinnin sujuvuus postitoimipisteessä (%)

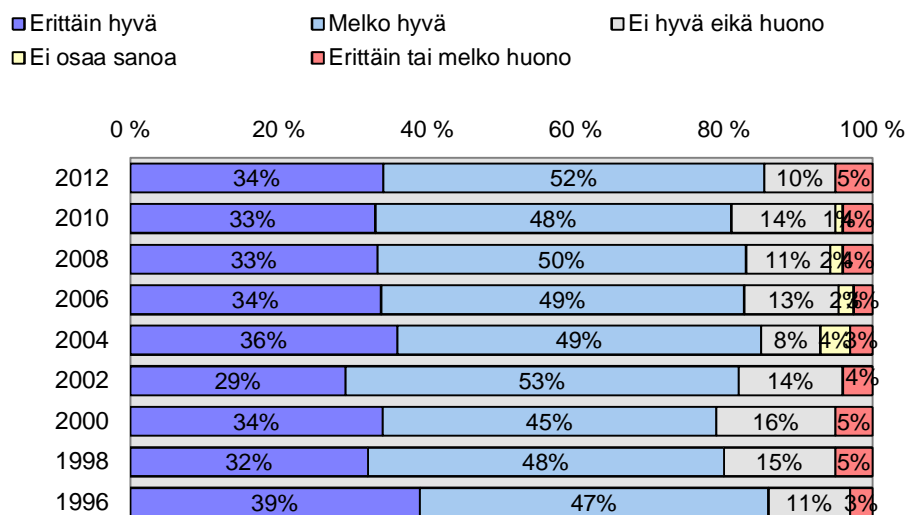
■ Erittäin hyvä      ■ Melko hyvä      □ Ei hyvä eikä huono  
■ Ei osaa sanoa      ■ Erittäin tai melko huono



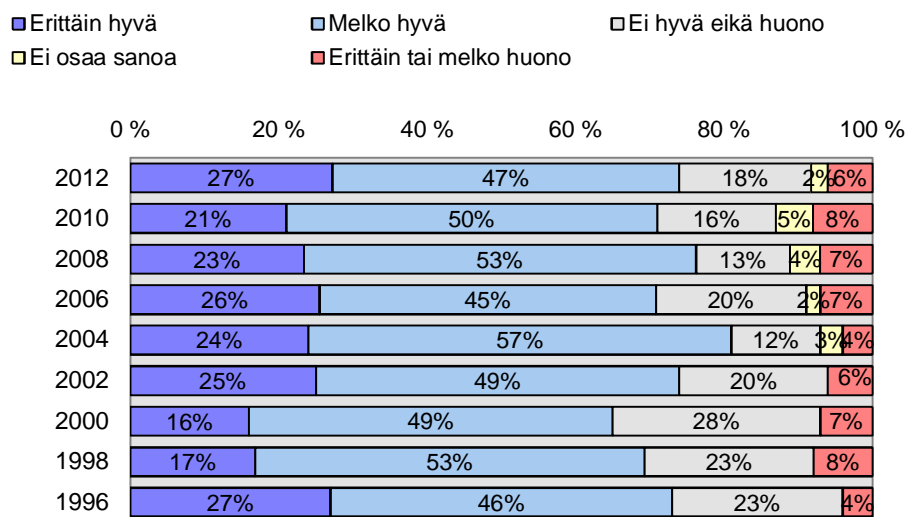
POSTINJAKELUA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
postinjakajien ammattitaito (%)



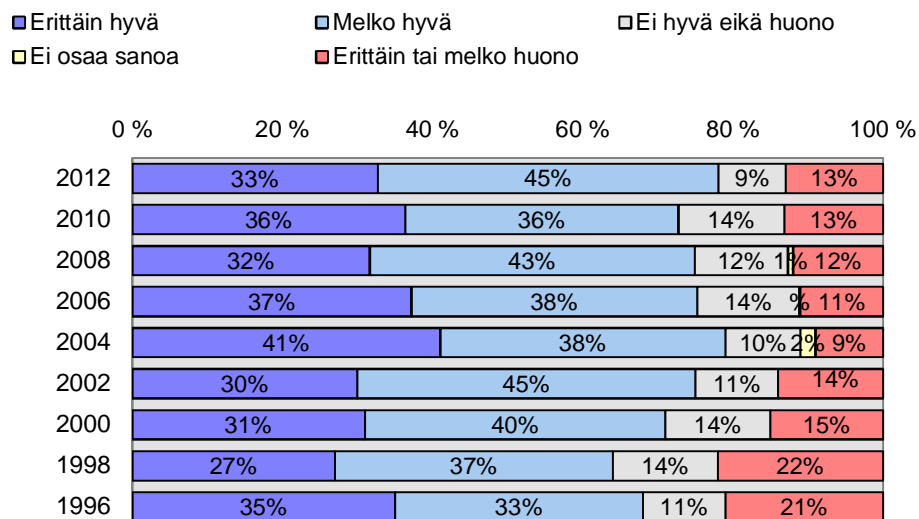
POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
asiakaspalveluhenkilöstön ammattitaito (%)



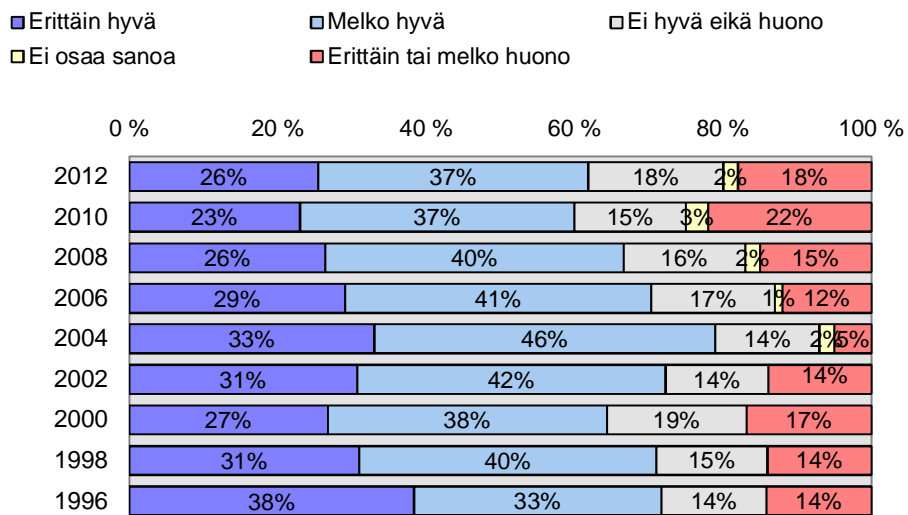
POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
asiakaspalveluhenkilöstön ammattitaito (%)



POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
postitoimipisteen sijainti (%)

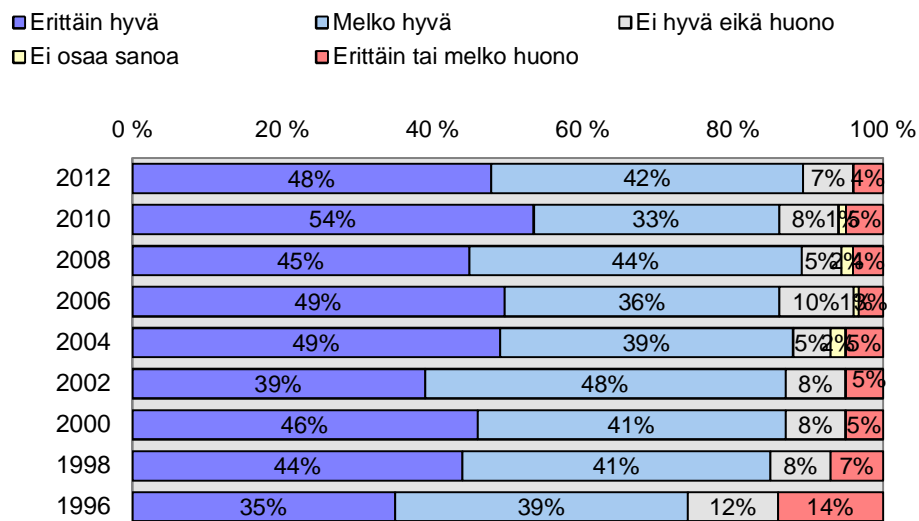


POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
postitoimipisteen sijainti (%)

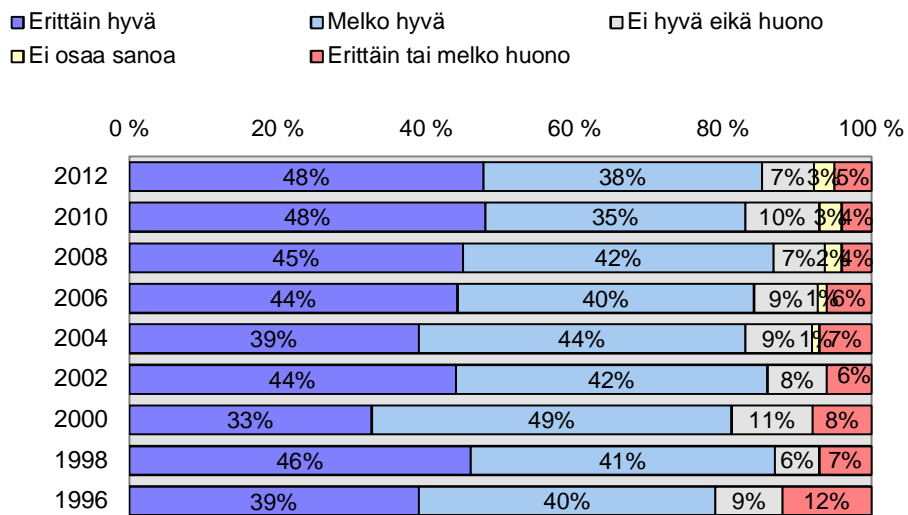




POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
aukioloaikojen sopivuus (%)

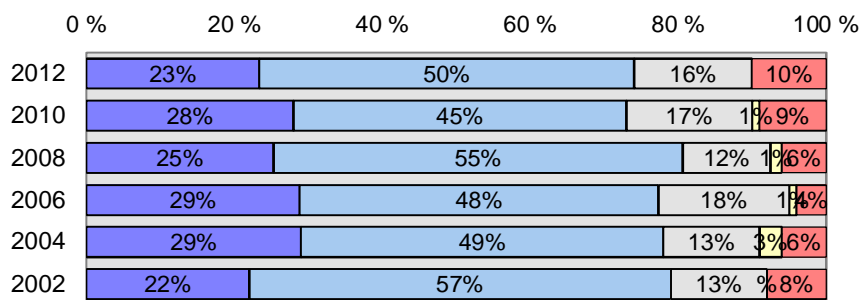


POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
aukioloaikojen sopivuus (%)



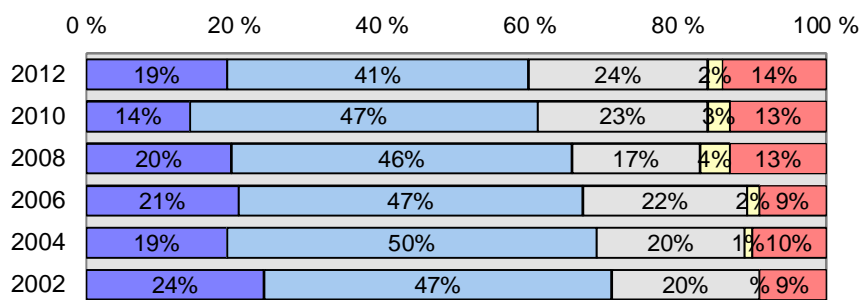
POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
asioinnin nopeus ja sujuvuus (%)

■ Erittäin hyvä ■ Melko hyvä □ Ei hyvä eikä huono ■ Ei osaa sanoa ■ Erittäin tai melko huono

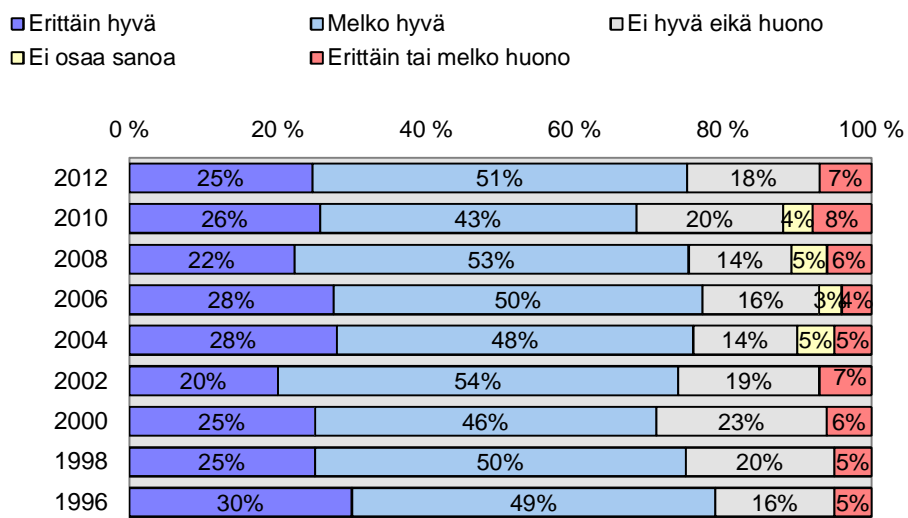


POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
asioinnin nopeus ja sujuvuus (%)

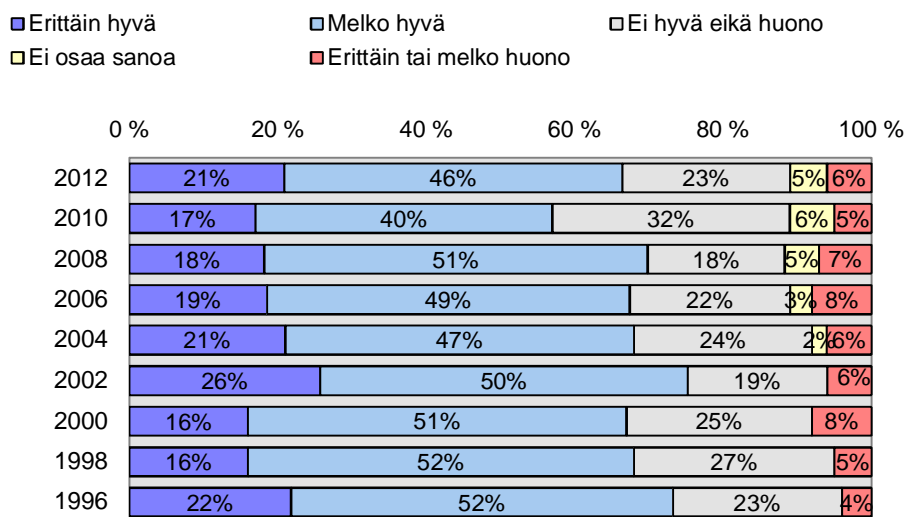
■ Erittäin hyvä ■ Melko hyvä □ Ei hyvä eikä huono ■ Ei osaa sanoa ■ Erittäin tai melko huono



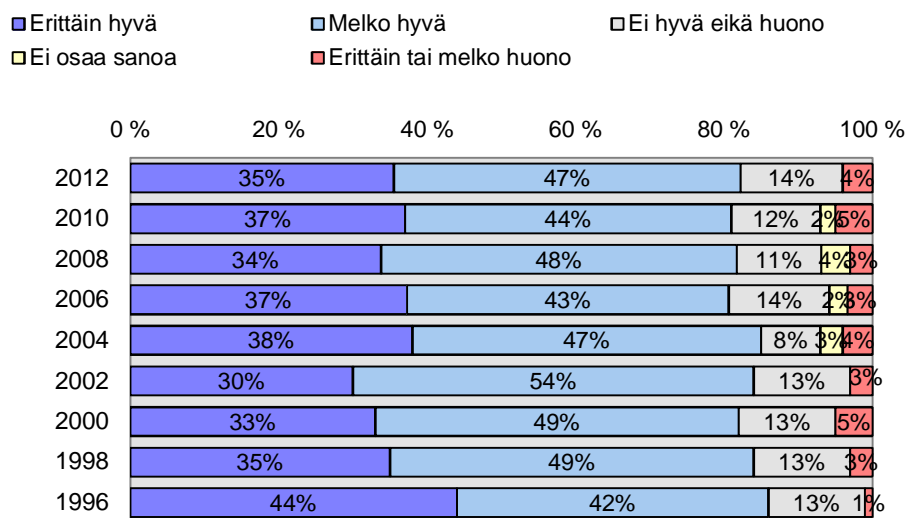
POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
asiakkaan neuvonta ja opasteiden taso (%)



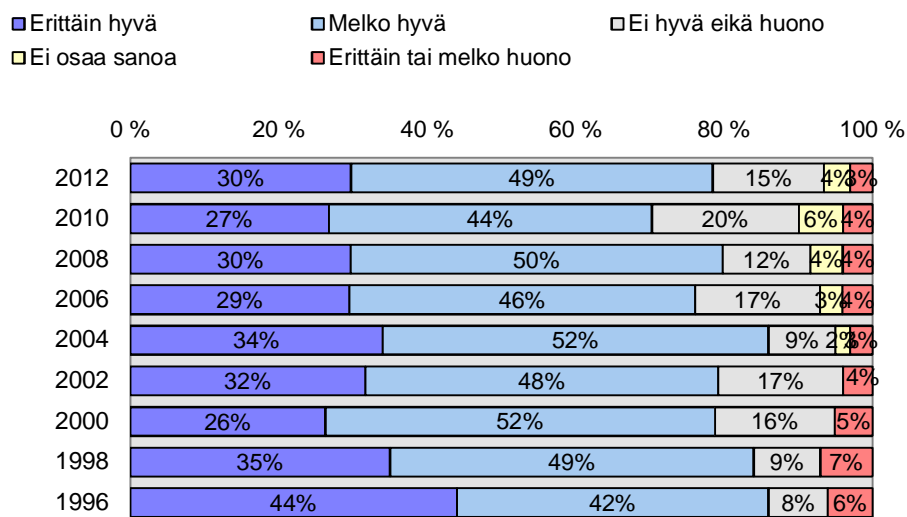
POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
asiakkaan neuvonta ja opasteiden taso (%)



POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yksityiset):  
tuotteiden ja palveluiden riittävyys (%)



POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
tuotteiden ja palveluiden riittävyys (%)



POSTITOIMIPISTEIDEN PALVELUA KOSKEVAT ARVIOT (yritykset):  
havaittujen virheiden ja ongelmien ratkaiseminen (%)

